Fața nevăzută a tele-viziunii vol. II

Virgiliu Gheorghe

Revrăjirea lumii

sau de ce nu mai vrem
să ne desprindem de televizor



Editura Prodromos

Virgiliu Gheorghe

REVRĂJIREA LUMII

– ediţia a II-a –

Ilustrația copertei: Αντρωπομόρφος δράκος
(antropomorfizarea balaurului)
fragment din miniatura
unui manuscris din secolul al XIII-lea,
mânăstirea Marea Lavră, Sfântul Munte;

Descrierea CIP a Bibliotecii Naţionale a României
GHEORGHE, VIRGILIU

Efectele televiziunii asupra minţii umane şi despre creşterea copiilor în lumea de azi / Virgiliu Gheorghe. - Ed. a 2-a. - Bucureşti : Prodromos, 2008-

3 vol.

ISBN 978-973-87900-1-8

Vol. 2. : Revrăjirea lumii - sau de ce nu mai vrem să ne desprindem de televizor. - 2013. - Bibliogr. - ISBN 978-973-87900-9-4

654.197:159.954+159.922.72
159.922.76

Cuvânt Înainte

O ipoteză tragică: triumful mondial al Statului magic

„Vizionarea TV, prin caracteristicile sale, îi determină pe oameni să se raporteze la televiziune ca la o instanță de ordin religios. Nu numai metaforic vorbind, televiziunea instituie în societatea mediatică o realitate asimilabilă templului din religiile idolatre", precizează dl Virgiliu Gheorghe enunțând ideea axială a cărții de față.

Fantasme fabricate şi refabricate de maşinăria infernală a imagologiei televizualului răzbat direct în subconştiința omului, lipsindu-l de controlul elementar asupra propriilor dorințe şi reprezentări, blocându-i accesul la exercitarea liberului arbitru. Plonjând cu voluptate în mediul de imagini şi de fantasme generate continuu de ecranul televizorului, omul intră fără să ştie în cea mai umilitoare robie, în robia minții.

Efectul mediei audio-video este unul de tip magic dat fiind faptul că după numai două minute de la instalarea în fața televizorului creşte fantastic emisia undelor alfa, ale pasivității, stării semi-hipnotice, reveriei şi teledependenței etc. Activitățile de tip beta ale cortexului se diminuează spre pragul zero, facultatea selectivă încetează să se mai manifeste, funcțiile axiologice sunt brusc suspendate, insul este deposedat de orice inițiativă psihomorală, se comportă ca şi cum ar fi dirijat de „altcineva", ca în stările de somnambulism. De aceea, ne spune dl Gheorghe, expunerea la televizor induce stări psihice pe care le putem încadra în familia stărilor alterate de conştiință (stările de natură hipnotică, visele, halucinațiile etc.).

Un ins care petrece circa 3-6 ore în fața televizualului şi crede nu în *realitatea* lucrului, ci în *imaginea* lui, pe care i-o furnizează prelucrarea (deconstrucția) televizuală, este vrăjit, confiscat mental şi simțual de fantasmele televizuale, astfel că

aproape nu-şi mai aparţine. Este principala concluzie la care ajunge dl Virgiliu Gheorghe în cartea sa, a doua dintr-o serie, primul volum purtând titlul mai mult decât grăitor: „Efectele televiziunii asupra minţii umane".

Cartea de faţă este o lucrare de sinteză şi de triumf a noologiei creştine în explicarea crizei omului modern, decăzut la condiţia de om televizual, decuplat deopotrivă senzorial, spaţio-temporal şi, mai grav, după cum se poate deduce din lectura cărţii, decuplat noologic de raportarea renovatoare la Dumnezeu.

Concluzia cercetărilor în domeniu, sintetizate de către dl Virgiliu Gheorghe în cele două cărţi ale sale, este aceasta: imagologia televizuală se substituie religiei instituind un tip special de idolatrie prin care triumfă în lume cultura nihilistă şi domnia „statului magic", cele două mari faţete ale erei globalizării. Unele cărţi ca aceea a lui McLuhan (*Mass-media sau mediul invizibil*), dar şi aceea a lui Jerry Mander (*Four Arguments for the Elimination of the Television*) şi a lui Janne M. Healy, *Endangered Mind*) se înscriu şi ele într-o atare serie mondială de avertismente severe asupra marilor primejdii aduse de generalizarea mediului televizual de existenţă.

Cartea d-lui Virgiliu Gheorghe se individualizează între toate aceste lucrări şi prin perspectiva din care este întreprinsă cercetarea sa, aceea a influenţei culturii nihiliste şi a „statului magic" asupra condiţiei religioase a omului modern. „Omul acesta nou" pare a fi cu adevărat *purtătorul unor terifiante mutaţii*, a căror notă dominantă este *negativul omului* creat de Dumnezeu, este chiar „antiomul", cum îl caracterizează un istoric şi filosof creştin. Este motivul principal pentru care autorul încadrează televiziunea şi mediul creat de aceasta în ceea ce socoteşte a fi configuraţia culturii nihiliste ale cărei trăsături definitorii sunt:

– Dumnezeu a fost ucis în sufletul celui care-o împărtăşeşte, în mediul acestei culturi;

– actul televizual a înlocuit actul religios;

– tainele au fost substituite de mistere;

– lumea TV ajunge a fi percepută ca lume exemplară a existenței plenare, ceea ce-i atestă caracterul idolatru;

– omul liber în fața lumii şi a lui Dumnezeu lasă locul tipului teledependent, un straniu mutant, pe care faza postnihilistă îl etalează la o scară şi într-o proporție mondială.

„Ce aduce nou mediul cultural contemporan, noul stil de viață față de societatea tradițională şi se reflectă în mod amplificat în mesajul lumii TV şi în experiența acesteia? Răspunsul nu este greu de găsit în contextul cercetărilor privind problemele de atenție şi învățare.

Concluzia la care se poate ajunge este că germenul disolutiv pentru viața şi sănătatea mentală a tinerilor noilor generații îl constituie, în modul cel mai probabil, cultura sau experiența nihilistă" (citat din mss), iar această cultură a nihilismului capătă proporții planetare grație efectului de umbrelă informațională globală, pe care-l induce mass-media în frunte cu televiziunea. Umbrela televizuală capătă două expresii:

a) controlul fluxului mental prin mecanisme de tip ideologic, instaurând în lume idolatria ideologiilor;

b) controlul mental prin narcoza conştiinței ca efect al manipulării simțuale a omului, grație fantasmelor şi imaginarului televizual. Cele două totalitarisme – ideologic şi magic – induc două formule de stat totalitar, iar acestea sunt amândouă expresii ale culturii nihilismului, pe care dl Virgiliu Gheorghe o examinează în această carte.

Ştiința între cultura nihilismului şi cultura credinței

Televiziunea afectează, ne avertizează autorul, deopotrivă activitatea corticală a creierului şi puterea sufletească a indivizilor care aleg să trăiască într-un mediu televizual de existență. Condiția umană este grav afectată, iată ideea axială a primului

volum al autorului, volum dedicat efectelor televiziunii asupra minții umane (Gheorghe 2005). Dl V. Gheorghe caută şi găseşte în acel volum probatoriul înspăimântător cu privire la efectele devastatoare ale televizualului asupra cortexului. Reținem aici doar câteva dintre aspectele rezumate în respectivul volum. Mai întâi, ne avertizează autorul, televizualul modifică oscilațiile undelor creierului, până la diminuarea spre zero a undelor beta, adică a suportului energetic al activismului cerebral, al proceselor de gândire, analiză şi decizie:

În cercetările întreprinse de soții Emery ori în cele ale lui Krugman, s-a ajuns la concluzia că, „odată ce televizorul este pornit, undele creierului încetinesc până când undele alfa şi delta devin preponderente. Cu cât televizorul stă mai mult timp aprins, cu atât sunt mai lente undele cerebrale" (*Mander* 1978: 206).

În al doilea rând, ne previne autorul invocând concluziile şi măsurătorile unor mari savanți americani, neuropsihologi în special, televiziunea şi întreaga cultură legată de televizual creează mediul de apariție a unor anomalii neurologice în ceea ce priveşte emisfera stângă a creierului, a cărei activitate pare a fi masiv inhibată pe toată durata privirii televizorului. Apariția acestei anomalii neurologice în timpul privitului la TV şi anume inhibarea activității emisferei stângi a creierului, care-şi reduce extrem de mult activitatea, induce o radicală diminuare a capacităților critice, a creativității, a răspunsului şi deci a reactivității cortexului la stimulii primiți pe cale televizuală.

Cât de adânc sunt sesizate lucrurile acestea de către Pr. Dionisie de la Muntele Athos. „E o înțelepciune mare, nu sunt lucruri mici toate chestiunile, toate înlesnirile astea, dar vezi că le întrebuințează oamenii spre dărâmarea lor, le întrebuințează oamenii spre a se depărta de Dumnezeu. Ăştia pe care i-a luminat Dumnezeu şi au descoperit atâtea înlesniri, niciodată nu zic: «Ia uite, Dumnezeu mi-a ajutat şi am descoperit cutare lucru». Nu! «Eu, eu!». Eh!... Şi atunci nu este mai mare primejdie

la fiecare dintre noi ca atunci când ai egoismul în tine. Adică, dacă ai egoism, de-acum te pui în locul lui Dumnezeu, nu te smereşti «că eu sunt praf şi cenuşă», ci: «Eu am descoperit, eu am făcut». Nu zici: «Mulțumim Domnului, m-a luminat harul Sfântului Duh, m-a luminat Dumnezeu care pretutindenea şi în tot locul, şi în tot momentul e cu noi şi am descoperit asta». Nu, niciodată! Vezi? Egoismul! De aceea omenirea merge depărtată de harul Sfântului Duh.

Mândria e cea mai primejdioasă patimă. Toate patimile, toate păcatele se iartă foarte lesne şi te îmbrățişează Dumnezeu, şi te duce în Împărăția Cerului. Însă, la Împărăția Cerului sub nici un motiv nu poți înainta cu *înălțarea minții*, cu mândria. Ispititorul, satana cel mare, e foarte deştept şi ştie lucrul ăsta. De aceea *seamănă în omenire înălțarea minții şi tulburarea, adică mândria, ca să nu poată înainta omul la Împărăția Cerurilor*. Căci Sfintele Scripturi aşa spun că, din bunătatea Lui, Dumnezeu vrea ca acolo unde a fost împărăția satanei atât de înfricoşat şi mare, care pe urmă a căzut din cauza mândriei, acolo să completeze locurile acelea cu sufletele bunilor creştini şi ale călugărilor care s-au aflat la Dumnezeu. Dar acolo nu poți ajunge dacă ai înălțarea minții, sub nici un motiv! Doar cu smerita cugetare poți ajunge acolo! De aceea, ispititorul instalează în sufletul copilului, de mic, înălțarea minții, mândria, lucru care zicem că nu-i nimic, şi de fapt acela-i cel mai dăunător, cel mai primejdios pentru mântuirea sufletelor noastre."

Iată, dar, că televizorul rupe intelectul de inimă, amputează funcția sufletească, îl aruncă pe om în externalitatea lumii, în cele deşarte, de la mândrie (auto-admirare) până la beția simțurilor, totul este plonjare totală în lumea aceasta, uitare de cer şi de Dumnezeu, şi încredințare în cele de pe pământ. Nimic din ceea ce ține de extratemporalitate, de alocalismul noosic al ființei profunde, nu mai răzbate în manifestările cele obişnuite ale omului. Lucrul cel mai grav este că toate acestea revin în câmpul

de conştiinţă al omului astfel amputat în forma degradată a „religiei televizualului", în fapt o para-religie, o gravă, primejdioasă idolatrie care aruncă omul în robia magicului, provocând cea mai tragică decuplare ontologică a omului, decuplarea din raportul cu adevăratul Dumnezeu şi deci cu adevărata Biserică.

Lumea TV este o „casă a zeilor", ceea ce arată îndeajuns că lumea este supusă unei masive „revrăjiri prin televizionare". Într-o atare lume întoarsă pe dos, „televizorul devine templu" şi „temei al unei alte sanctificări", televiziunea câştigă un adevărat monopol pe piaţa miturilor şi fantasmelor omului modern, ceea ce reprezintă într-adevăr pilonul terific al edificării statului magic în lumea revrăjită.

Amputarea memoriei sacre

Viaţa înseninată şi pacificată, şi lumea liniştită sunt roadele darului, ale Harului, ele decurg din caracterul graţiat sau dăruit al existenţei, consecinţă a creaţiei. Aici este locul în care se interpune televiziunea: ea promite linişte, armonie, vindecare, înseninare şi pacificare, bucurie şi beatitudine. Tragică minciună.

O nouă problemă survine în raport cu un astfel de unghi al abordării problematicii omului şi a societăţilor în lumina teoriei substituirii lucrării harului printr-o putere mincinoasă, cum este televiziunea, şi anume aceea a caracterului răscumpărător, tămăduitor, al memoriei sociale sau colective, esenţial pentru o ştiinţă a societăţii. Televiziunea modifică memoria, *obturează canalul amintirii de Dumnezeu*, ceea ce conduce la cea mai gravă maladie ontologică a omului ca specie. Dar mai presus de toate, această amputare este o tragică deviere a ştiinţei, care devine astfel albia unei canalizări nihiliste.

Memoria sau „aducerea-aminte de Dumnezeu" a fost la început „simplă şi omogenă", ne spune Sf. Grigorie Sinaitul. „Principiul şi cauza gândurilor înseamnă, după încălcarea poruncilor, distrugerea memoriei simple şi omogene. Devenind complicată şi

schimbăcioasă, din simplă şi omogenă cum era, ea a pierdut amintirea lui Dumnezeu şi puterea ei a fost distrusă. Remediul pentru a scăpa această memorie primordială de memoria primejdioasă şi păcătoasă a gândurilor este revenirea la simplitatea inițială...

Marele remediu pentru vindecarea memoriei este perseverența şi neclintita aducere-aminte a lui Dumnezeu prin rugăciune" (*Meyendorf* 1992: 57). Or, cultura televiziunii compromite, blochează tocmai această amintire, căci la toate necazurile şi spaimele omului propune o evadare în lumea cutiei de sticlă. Adevărata vindecare presupune „dezactualizarea vieții robite de memoria primejdioasă şi păcătoasă a gândurilor" şi deci disponibilizarea pentru energii sau lucrări duhovniceşti. Aceasta este calea dreptei trăiri şi către dreapta rânduială. Aici se interpune cu putere deviatoare televiziunea: ea promite ceea ce numai Dumnezeu ne poate da. Orice dezactualizare a vieții robite de neputințe şi de patimi este implicit o actualizare a darului şi deci a latențelor sufleteşti. Aceasta presupune tocmai situarea în orizontul „bucuriei şi al veseliei în suflet". „Iubitorule de Dumnezeu, fii foarte atent! Atunci când te îndeletniceşti cu munca şi vezi o lumină sau un foc, înlăuntrul tău sau în exterior, sau aşa-zisa imagine a lui Hristos, a îngerilor sau a sfinților, nu o primi, eşti în primejdie, şi poți să suferi din cauza ei. Nu-i da voie spiritului să născocească astfel de imagini! Toate aceste născociri exterioare nepotrivite au ca efect *rătăcirea sufletului*. Adevăratul principiu al *rugăciunii este căldura inimii, care arde patimile, care naşte bucuria şi veselia în suflet, care supune inima unei iubiri adevărate* şi unui sentiment de plenitudine neîndoielnică" (*Meyendorf* 1992: 57).

Televiziunea este acea forță care ne sustrage, ne răpeşte de pe calea spre adevărata eliberare şi ne livrează robiei cutiei născocitoare de imagini. În felul acesta, la obturarea funcțiilor emisferei stângi, a dinamismului creierului prefrontal, de care

vorbeşte autorul în cartea sa ca despre cele mai grave efecte ale expunerii la televizual, se adaugă şi această amputare a memoriei ontologice, adică a amintirii de Dumnezeu. „Sfinții părinți şi psihologia adâncurilor arată că sunt *două memorii*: o *memorie ontologică, ființială, sacră, a chipului lui Dumnezeu în om*, şi o *memorie istorică – acea agonizare umană de-a lungul vieții, mileniilor umane* (...) zice Psalmistul: Ci pus-a în vistierii adâncul" (*Meyendorf* 1992: 57).

„Ce sunt nu ştiu, iar ce ştiu nu sunt." „Trei sunt uriaşii care ucid sufletul: Uitarea, Ignoranța şi Lenea".

Să reținem că cele două forme de memorie constituie adevăruri de la vârful ştiinței sufletului pe care psihologia pozitivistă le-a făcut obscure, tocmai ca sufletul să piardă legătura cu dreapta memorie. *Iar televiziunea cultivă unilateralitatea memoriei aşa cum în raport cu cele două emisfere cerebrale cultivă unilateralitatea emisferei drepte.* În genere, lucrurile sunt simple şi învățăturile sunt şi ele simple. Învățăturile actualizate au forma *sentimentelor bune*, iar îndrumările rele vin pe calea şi prin mijlocirea sentimentelor negative şi a gândurilor încâlcite sau, grație televizualului, vin prin mijlocirea unei vieți amputate.

Televiziunea creează într-un ins iluzia că lucrurile şi timpul sunt la dispoziția lui încât el nu realizează că toate sunt deşertăciune şi doar cele simple sunt aducătoare de pace, armonie, siguranță şi mântuire. Sentimentul bun este învățătura cea bună. Noi suntem întotdeauna în interiorul câte unui sentiment dominant în jurul căruia se clădesc, mai apoi, toate gândurile şi orientările noastre. Unele sentimente sunt luminoase şi ele fac din noi persoane luminate, minți luminate, gândire luminată. Eroarea „iluminiştilor" a fost aceea să creadă că „rațiunea" este sursa **luminii**. În realitate, sursa luminii este în adâncul fără fund al inimii, Însuşi Dumnezeu, şi se transpune în lume prin trăiri înălțate şi înălțătoare, adică prin stări sufleteşti, la temelia cărora

găsim latențele sufletești, energiile necreate. Or, tocmai acest dinamism vertical este suprimat de televiziune.

Deformarea tiparelor experienței colective. Desbisericirea lumii

Putem încadra, iată, efectele televizualului în categoria celor de tip devastator și nu putem să nu receptăm oferta noului concept al autorului pentru a reda sintetic noul tip de cultură generată de mediul comunicării video-audio: *cultură nihilistă*. Cum s-a precizat, aceasta afectează nu doar activitatea cortexului, ci diminuează în chip dramatic, spre alarmă, puterile sufletești ale indivizilor și în ansamblu ale popoarelor. Dl Virgiliu Gheorghe examinează în profunzime chestiunea. Cultura noilor media pare a diminua spre anihilare *valoarea* (vi) pe care omul o atribuie în mod obișnuit unei *trăiri (stări de viață) înălțate la Dumnezeu*, ceea ce afectează *actualitatea ei sufletească*, și deopotrivă *intensitatea* ei (ai). *Există moduri de viață care provoacă declinul prețuirii unor tipare de trăire. Diminuarea prețuirii unui tipar de viață aduce după sine și diminuarea aderării la el. Prin urmare, orice act de trăire este „învelit" de aceste două fațete: prețuirea și aderarea.* Ele trebuie să se regăsească în orice diagnoză asupra comportamentelor omenești, deci în studiile și cercetările umane.

Fiecare cadru spiritual este aidoma unei insule sau grădini în care te întâlnești cu cei ce aleg *să-și trăiască zilele libertății acolo*. Între *valoarea unui cadru de trăire (prețuirea* sau *actualitatea lui sufletească)* și aderarea la el, practicarea lui în viața cea de toate zilele, este o diferență care fundamentează predicțiile realiste. *În fapt, orice popor, prin manifestările lui creatoare, își fixează tiparele de „trăire" sub forma unor cadre spirituale, la rândul lor multiplicate în opere, ritualuri, sărbători etc. și, mai presus de toate, în religiozitate. Toate acestea compun un „întreg" spiritual definitoriu pentru acel popor.*

Arareori o *elită* s-ar putea manifesta la *puterea întregului spiritual al unui popor*. Particularitatea culturii bazate pe exclusivitatea mediului video-audio de comunicare constă în aceea că micşorează această varietate de cadre spirituale, dar mai ales compromite accesul la cadrele de viaţă spirituală pe care le desemnăm sintetic prin termenul de *Biserică* sau prin termenul de *koinonia* care înseamnă stare de *comuniune*, iar aceasta atinge un prag maximal în acel *cadru de trăire* (noologic) pe care-l numim Biserică.

Televizorul dezbisericeşte lumea, ne previne dl Virgiliu Gheorghe, instalând în mediul de viaţă al popoarelor un fel de surogate religioase, între care se află însăşi televiziunea. Toate cercetările dedicate acestei chestiuni au constatat că *există o legătură strânsă între stările neurologice, psihologice şi, am adăuga noi, noologice, induse de vizionarea TV şi de conţinutul acesteia şi care se încadrează în stările alterate ale conştiinţei, din aceeaşi familie cu stările induse de droguri, cu fantasmele, visele, psihozele etc.* Trăsătura dominantă a acestei legături este dată de faptul că în toate se poate citi, pe de o parte, alterarea conştiinţei şi, pe de alta, progresul nihilismului. Încât putem adera şi la cea de-a doua concluzie desprinsă din această categorie de cercetări: singurul răspuns la cultura nihilismului este cultura credinţei. Fără de această „întoarcere" se poate uşor prognoza nu sfârşitul civilizaţiei occidentale, ci sfârşitul omenirii. Cu adevărat, lumea se află azi la răspântie: cultura nihilismului şi cultura credinţei reprezintă marea bifurcaţie a omenirii. Ea este bifurcaţia între drumul spre sinucidere colectivă sau spre supravieţuire colectivă. Tertium non datur.

Prof. univ. dr. Ilie Bădescu
Directorul Centrului de Geopolitică
şi Antropologie Vizuală
al Universităţii Bucureşti

Introducere

În principal, forța televiziunii decurge din capacitatea pe care o are de a transmite imagini în mişcare, de a te face să vezi în fața ochilor „realități" care nu sunt în acel loc sau care nici nu există. Aceste imagini, spre deosebire de cele formate prin vederea lucrurilor care ne înconjoară efectiv, au capacitatea de a penetra cu o forță deosebită subconştientul uman. Studiile sociologice demonstrează că oamenii, deşi ştiu că o mare parte din tot ceea ce văd pe micul ecran este ficțiune, se comportă ulterior vizionării ca şi cum totul ar fi fost real şi bun de avut ca model. „A fi văzut" a fost dintotdeauna cel mai bun argument.

Prin puterea pe care o deține în furnizarea resurselor principale pentru construirea imaginarului individual şi colectiv, televiziunea marchează în mod esențial existența omului contemporan, influențându-i chiar şi modul religios de a fi. De aici decurge şi problematica de care ne vom ocupa în volumul de față: cum va înrâuri televiziunea viața religioasă a omului zilelor noastre?

Încă din primele capitole sunt puse în evidență cauzele de natură psihologică şi sociologică pentru care televizionarea poate fi integrată unui comportament cu importante conotații religioase sau, mai precis, magice. Puterea uriaşă de persuasiune pe care imaginile în mişcare o dețin în modelarea imaginației şi în manipularea indivizilor se datorează în primul rând faptului că în fața ecranului TV mintea pătrunde într-o stare de natură semihipnotică, uşor încadrabilă stărilor alterate de conştiință

De asemenea, întâlnirea cu ecranul video este marcată de inducerea unor transformări majore în modul de funcționare al creierului uman, transformare similară celei produse de drogurile sau de substanțele halucinogene. Din studiile citate rezultă că imaginea TV, deşi nu este o substanță care să pătrundă în corpul omului precum drogul, favorizează ca şi acesta evaziunea în imaginar, starea euforică şi chiar intrarea într-o stare alterată de

conştiinţă. Aici se află, cheia înţelegerii hegemoniei pe care, în numai câteva decenii, televiziunea a dobândit-o asupra conştiinţei oamenilor de pretutindeni.

Mecanismele psihologice puse în mişcare de televiziune, explicabile în termenii medicali ai neuropsihologiei, ajung să influenţeze în mod semnificativ viaţa psihică şi religioasă a omului contemporan. Televiziunea acţionează, undeva la încheietura dintre sistemul nervos, în dimensiunea sa somatică, şi psihicul uman, cel în care îşi găseşte ecou viaţa sufletească a omului. Ea se dovedeşte a fi o tehnologie capabilă să inducă gânduri şi emoţii, să reorganizeze modul de gândire al omului, să-i modeleze imaginaţia şi prin aceasta gândirea religioasă.

În capitolul Este vizionarea TV un act religios? s-a analizat din punct de vedere fenomenologic ce înseamnă vizionarea TV pentru viaţa religioasă a omului contemporan şi în ce măsură poate fi considerat acest obicei un act de natură religioasă. Necesitatea unei asemenea abordări a fost dată de faptul că televiziunea substituie o mulţime din funcţiile pe care, în mod firesc, religia le îndeplineşte în viaţa oamenilor. Analiza a scos în evidenţă faptul că lumea TV aparţine unui spaţiu şi unui timp similare spaţio-temporalităţii lumii sacrului şi, totodată, defineşte o realitate perfect identificabilă cu cea a mitului. Stările mentale experimentate de telespectator pe parcursul vizionării sunt similare cu cele experimentate de adepţii cultelor idolatre în faţa Misterului – dumnezeul acestor credinţe.

Concluzia la care am ajuns a fost aceea că vizionarea TV, prin caracteristicile sale, îi determină pe oameni să se raporteze la televiziune ca la o instanţă de ordin religios, deşi ea nu constituie decât un mijloc evazionist bun pentru uitarea crizei existenţiale pe care o traversează omul secularizat al societăţii tehnologice. De fapt, pe parcursul acestui capitol au fost identificate elemente ce dovedesc că efectul principal al televiziunii este unul de natură magică.

Magicul explică atât fascinația exercitată de televiziune asupra tuturor oamenilor, cât şi uriaşa forță de manipulare exercitată de acest mijloc de comunicare. Efectul de real al imaginilor în mişcare, suspendarea îndoielii datorată vederii cu propriii ochi, caracterul dramatic, intens emoțional al conținutului programelor TV, preponderența efectului subliminal al mesajelor transmise şi caracterul semihipnotic al stării mentale parcurse de telespectator – o stare uşor asimilabilă stărilor de conştiință alterată – sunt câteva din trăsăturile fundamentale ale actului vizionării ce favorizează în mod deosebit un efect magic al televiziunii.

Deşi nu ne dăm seama, prețul pe care îl plătim pentru plăcerea oferită de petrecerea timpului în fața micului ecran este însăşi libertatea de a gândi, de a alege singuri, de a ne defini un mod personal de a fi. Prin mecanismele pe care le pune în mişcare, televiziunea are acces liber la tabloul de comandă al conştiinței umane. Impunându-şi propria imagine despre lume în mintea telespectatorilor, televiziunea conduce la o adevărată schizofrenie în perceperea realității. Tot mai mulți oameni despărțiți prin televizionare de mediul înconjurător şi de habitatul familial ajung să se însingureze, să se izoleze în interiorul unei lumi de imagini care adesea nu mai are nimic comun cu realitatea. Nemaiapucând să se echilibreze sufleteşte, să reflecteze la el însuşi, să se regăsească în viața de familie sau în natură, victima mirajului TV acumulează tensiuni psihice uriaşe care contribuie, desigur, la răspândirea fără precedent a bolilor psihice care se înregistrează astăzi.

Este important de observat că, plecând de la un efect tehnologic şi neuropsihologic, poate fi constatat un paralelism între modul în care funcționau magiile odinioară şi cel în care acționează fantasmele televizualului astăzi. Televiziunea populează sufletul uman cu o multitudine de imagini-fantasmă care ne leagă de anumite comportamente şi dorințe. Iar dacă avem în vedere că acest lucru se desfăşoară fără ca majoritatea

oamenilor să conştientizeze influenţarea ocultă a propriilor comportamente, în condiţiile în care se naşte şi o legătură de dependenţă faţă de instrumentul manipulării, atunci televiziunea ajunge în lumea modernă să substituie perfect rolul magicianului tradiţional.

Nu atât manipularea este lucrul cel mai grav, cât transformările produse de media video în conştiinţa oamenilor conectaţi din primii ani de viaţă la mediul realităţii virtuale. Atracţia noilor generaţii faţă de magie şi ocultism, faţă de noile idolatrii care ne invadează din Orient şi faţă de droguri poate fi uşor corelată, prin prisma studiilor citate pe parcursul cărţii, cu puterea tot mai mare pe care imaginea video o dobândeşte asupra minţii tinerilor.

Corelarea vizionării TV cu consumul de droguri şi cu apariţia unui sindrom schizofrenic îşi găseşte explicaţia şi în faptul că televiziunea modelează telespectatorului o sensibilitate deosebită la experienţele evazioniste şi la o distorsiune în perceperea lumii reale. Prin cultivarea pasivităţii mentale, a deschiderii faţă de experienţele halucinatorii a lumii inconştientului şi a unei receptivităţi patologice faţă de practicile magice, televiziunea configurează omului contemporan o conştiinţă labilă în faţa acţiunilor magicului guvernate d forţele malefice ale inconştientului.

Efectul magic al mediei audio-video nu putea rămâne neexploatat de cei care urmăresc dobândirea puterii prin controlul dorinţelor, mentalităţilor şi al comportamentului uman. Statul magic este, după Culianu, prototipul statului viitorului. În acest stat guvernarea se realizează cu ajutorul mijloacelor evazioniste, între care divertismentului, practicilor magice şi televiziunii li se acordă un loc central.

Statul magician este cel care conduce lumea prin publicitate şi divertisment, prin erotism şi desigur prin puterea imaginilor în mişcare. Vrăjirea sau, după cum se arată, revrăjirea lumii prin media audio-video devine instrumentul principal în controlul

conştiinţei umane, în spălarea creierului, în formarea omului nou – experiment ratat de comunism.

Acţiunea hipnotică, efectul magic, fascinaţia visului şi efectul de dependenţă cimentează cu putere legătura dintre telespectator şi mediul lumii TV, lipsindu-l într-o măsură tot mai mare de posibilitatea de a alege liber şi de a se opri la timp din vizionare. Efectul hipnotic ne atrage privirea către ecran, ne introduce mintea într-un ritm alfa, într-o stare de pasivitate şi de puternică sugestibilitate la mesajele televiziunii.

Imaginile în mişcare având o putere deosebită în penetrarea subconştientului, rămân necenzurate şi neconştientizate complet, ceea ce face posibilă, după cum demonstrează neuropsihologii, aşa-zisa învăţare în somn. Este suficient să ne uităm zilnic câteva ceasuri la televizor, să adunăm şi să depozităm în subconştientul nostru mii, sute de mii, milioane de imagini[1], ca să ne schimbăm treptat, fără să ne dăm seama, modul de a gândi, de a ne raporta la realitate, comportamentul, obiectivele, dorinţele şi chiar năzuinţele cele mai intime. Aceasta se va întâmpla chiar dacă nu suntem de acord cu ceea ce vedem, chiar dacă îmbrăţişăm cu plăcere acele imagini sau le privim cu indiferenţă şi chiar critic. Desigur, transformările sunt mult mai rapide atunci când gradul de empatie şi acceptabilitate a celor vizionate este mai mare. Prin urmare, oricum ar fi primite imaginile micului ecran, odată văzute şi înregistrate în subconştient, acestea devin realitate de conştiinţă, reper de judecată, grilă de interpretare în înţelegerea lumii înconjurătoare, temei al atitudinilor şi comportamentelor.

Având în vedere toate acestea, privitul la televizor pune în mare pericol libertatea persoanei umane. Este greu să nu se dezvolte obiceiul vizionării cotidiene, atunci când există timpul dis-

---

1 La o medie de vizionare de trei ore pe zi, în condiţiile în care imaginile se schimbă de cel puţin zece ori pe minut (media este de 12, ajungându-se până la 30 de efecte tehnice în fiecare minut), se ajunge ca pe parcursul unui an, unui telespectator obişnuit să-i fie depozitate în memorie cel puţin 650 000 de imagini.

ponibil pentru aceasta. Este exclus controlul programelor vizionate, al mesajelor care se strecoară în adâncurile subconştientului. Ajunge să fie imposibilă păstrarea neschimbată a concepțiilor şi atitudinilor, evitarea manipulării şi a intoxicării minții cu mesajele lumii TV. Singura modalitate prin care astăzi pot fi protejate libertatea, discernământul, sănătatea mentală şi sufletească nu poate fi decât renunțarea într-o măsură tot mai mare la „serviciile" televiziunii. Bineînțeles că nu este un lucru simplu de realizat, dar nu este imposibil, dacă oamenii se hotărăsc să revină la o viață firească de familie, la cultivarea relațiilor comunitare şi, cu siguranță, dacă întăresc în primul rând relația cu Dumnezeu, Cel pe Care, într-un fel sau altul, omul contemporan Îl caută acolo unde nu o să-L poată niciodată găsi, şi anume, în lumea fantastică şi iluzorie a micului ecran.

Puterea imaginilor în mişcare

Televiziunea este un mediu de comunicare unic în istoria umanităţii, imposibil de comparat cu oricare altul. Ca să înţelegem diferenţa dintre televiziune şi mijloacele de comunicare tradiţionale – scrisoarea, cartea, ziarul – ar trebui mai întâi să observăm că aceasta face parte dintre mediile de comunicare electrice (care utilizează câmpul electromagnetic) care, prin instantaneitatea transmiterii mesajelor, ne dau posibilitatea de a ne afla în acelaşi timp pretutindeni, dincolo de distanţele spaţiale, de graniţele naturale ale locului în care ne aflăm.

Însă ceea ce aduce televiziunea în plus faţă de radio sau telefon, lucru uşor de sesizat, dar cu atât mai greu de conştientizat în consecinţele sale ultime, este imaginea. Forţa televiziunii constă, aşadar, în transmiterea instantanee a imaginilor, nu însă a unor imagini fixe, precum este tabloul sau fotografia, ci a imaginilor în mişcare. Nu vom putea niciodată cunoaşte cu adevărat imensa putere de care dispune televiziunea, dacă nu vom înţelege impactul pe care imaginile în mişcare îl au în conştiinţa oamenilor, în întreaga lor existenţă.

Pentru omul modern a vedea imagini din cele mai diverse, a asculta cuvinte sau învăţături contradictorii, a se împărtăşi din orice experienţă pe care o pune la dispoziţie societatea sau lumea înconjurătoare este ca şi cum s-ar plimba pe o plajă şi ar aduna o mulţime de pietricele interesante, din care pe unele le-ar băga în sac, iar pe celelalte le-ar arunca înapoia sa. Acest om crescut la şcoala evoluţionistă sau materialistă a timpului nostru consideră că liberul arbitru sau raţiunea îi permit să selecteze dintre imaginile sau experienţele întâlnite pe acelea care îi convin sau îl interesează, iar pe celelalte, chiar dacă s-a împărtăşit deja din ele, le poate azvârli cu uşurinţă în coşul uitării, fără a le îngădui

să lase vreo urmă sau influență în adâncul sufletului. Omul modern își zice, așa cum a fost învățat, că este capabil a discerne ce este adevărat, bun sau folositor din tot ceea ce vede, aude sau învață (spre exemplu, de la televizor) și să se debaraseze de tot ce consideră fals, rău sau nefolositor.

Omul religios, însă, știa că imaginile lucrurilor văzute sau cuvintele auzite sunt ca niște mici săgeți, care, pătrunzând prin ochi sau urechi în mintea noastră, ajung să se împlânte cu putere în adâncurile acesteia în locuri pe care, în mod conștient, nu le putem cerceta[2]. Ele vor rămâne acolo pentru totdeauna, prinzând rădăcini mai mult sau mai puțin adânci, în funcție de gradul în care ne-au impresionat, proporțional cu plăcerea cu care le-am primit sau pe cât de folositoare le considerăm. De aici ele vor putea influența imaginația și gândurile noastre, chiar dacă în mod conștient nu suntem de acord cu aceste influențe[3].

Enorma putere pe care imaginile le au în modelarea imaginației, în influențarea vieții oamenilor și în istorie o mărturisesc toate marile religii ale lumii. Odată însă cu procesul de secularizare a culturii europene, rolul imaginii în viața omului a fost tot mai puternic eludat sau nerecunoscut[4].

---

2 Adâncul minții sau inima este văzut, în psihologia modernă, ca subconștient. (*Stăniloae* 1992: 126).

3 Aceste constatări nu sunt simple superstiții așa cum erau ele văzute de materialiști, ci observații făcute de-a lungul a mii de ani în toate culturile și religiile cunoscute. Ele se fundamentau pe cunoștința existenței sufletului, a unei lumi interioare minții, a unor complexe relații și mișcări în interiorul acesteia.

4 Răspândirea gândirii protestante (iconoclaste în esență), dezvoltarea societății tehnologice, apariția și răspândirea gândirii evoluționiste și materialiste pot fi considerate cauzele principale ale fenomenului. Gândirea evoluționistă, tehnicistă, odată cu realitatea sufletului, au desconsiderat sau chiar au negat puterea și influența pe care imaginile, simbolurile, arhetipurile și miturile le au în viața minții și a sufletului omului, și a civilizației sale. Puteri ale minții ca imaginația, memoria și afectivitatea au fost reduse doar la nivelul unui mecanism fiziologic sau psihologic dominat de biologic (instinct) sau de experiența educativă, culturală și ideologică. În mentalitatea evoluționistă care guvernează ideologia colectivă a modernității, omul nu este decât un animal cu un sistem nervos capabil de a organiza informația și a controla instinctele. Născut și crescut în această atmosferă,

La sfârşitul secolului trecut şi pe tot parcursul secolului al XX-lea, cercetările din domeniul psihologiei experimentale, a istoriei religiilor, antropologiei şi sociologiei imaginii au descoperit şi adâncit tot mai mult rolul imaginilor în viaţa psihicului uman. Concluzia generală la care ajung astăzi cercetători ca G. Dumezil sau M. Eliade, Bachelard sau G. Durand este că, undeva în adâncul minţii noastre, sunt imprimate, depozitate toate experienţele vizuale (imagini, simboluri, arhetipuri, mituri), de unde ne pot influenţa şi defini întreaga viaţă psihică[5].

Dintre toate experienţele pe care omul le are pe parcursul vieţii, cele vizuale ocupă un loc central. Una este să ni se povestească o întâmplare şi alta este să fim martorii celor petrecute. Vederea, se pare, ne apropie cel mai mult o realitate, oferind premisele unei intime implicări, deoarece lumea există pentru noi în primul rând pentru că o vedem.

„Ne transformăm în imaginile pe care le purtăm în minte susţine J. Mander." (*Mander* 1978: 234) Altfel spus, imaginile pe

---

cetăţeanul societăţii democratice nu pune nici un preţ pe imagini sau alte mesaje. Toate îmbracă un caracter relativ, deasupra cărora el se ridică încre zându-se în puterea de discernământ a minţii sale.

5 În nenumărate studii se arată că Darwin însuşi sau materialişti ca Marx şi Lenin, cu toate că propovăduiau sau divinizau omul ca produs al evoluţiei speciilor afirmând totodată gândirea materialistă ca semn al depăşirii gândirii religioase sau simbolice, erau ei înşişi marcaţi, în creaţia şi acţiunile lor, în modul cel mai profund, de o proiecţie mitică sau simbolică. Marx şi Lenin, spre exemplu, construiesc societatea comunistă ca pe o caricatură a lumii noi propovăduite de creştinism. O lume nouă, un paradis terestru al unei societăţi a egalităţii, a bunăstării etc.

Lupta vehementă pe care aceştia au dus-o pentru distrugerea ordinii vechi, prin exterminarea a milioane de oameni, a demonstrat cu prisosinţă că mintea şi subconştientul lor nu erau stăpânite de o gândire logică, raţională cât de o mitologie sau imagerie a maleficului.

Nici oamenii de ştiinţă a căror gândire este cel mai mult identificată cu raţionalismul analitic, logic, nu sunt străini de influenţele provenite din direcţia gândirii simbolice sau a imaginarului. „Gerald Holton, fizician american a demonstrat într-un mod foarte minuţios, coroborat cu anchete de psihosociologie (...) cum descoperirile unor savanţi precum Kepler, Copernic, Newton, N. Bohr şi Einstein erau într-un fel presimţite de formaţia şi sursele imaginare ale fiecărui cercetător." Cu alte cuvinte, în teoriile formulate, ei nu au făcut decât să dea viaţă modului intuitiv, simbolic în care îşi imaginau lumea, de mici copii.

care le primim pot ajunge să ne definească modul de a gândi, comportamentul, dorințele sau întreaga noastră existență. Copiii se comportă, merg, vorbesc sau zâmbesc precum părinții lor, observă J. Mander, pentru că ei poartă imaginile acestora în minte. Şi, pentru a vedea că acesta nu este neapărat un dat genetic, el aduce în atenție un exemplu cunoscut tuturor, şi anume: prietenii care trăiesc ani de zile împreună sau soțul şi soția ajung să semene atât de mult unul cu celălalt, încât adesea sunt considerați frați. Acest fenomen nu se manifestă însă în aceeaşi măsură la oamenii orbi, la cei care nu-şi pot vedea chipul partenerului de viață.

„Realitatea, subliniază J. Lull, este percepută, interpretată şi sintetizată prin intermediul imaginației. Experiențele, imaginile simbolice, miturile sau tot ce defineşte existența noastră cotidiană încă din primii ani de viață se adună în mintea fiecăruia dintre noi, constituindu-se în structuri simbolice de sensuri care ne modelează afectiv, ne influențează în mod constant şi continuu ideile, gândirea conştientă şi chiar perceperea realității." (*Lull* 1999: 122)

Este un mit credința în puterea şi în autonomia unei rațiuni conştiente, libere de orice influență din zona de adâncime a minții, numită de moderni subconştient. Mit susținut sau propovăduit chiar de aceia care se folosesc cel mai mult de subconştientul oamenilor. Acesta este poate unul dintre cele mai profitabile mituri din întreaga istorie a omenirii, pentru că omul devine influențabil şi uşor de manipulat atunci când exclude el însuşi posibilitatea manipulării. Adică, atunci când nu ştie sau când nu crede că imaginile sau mesajele pe care le primeşte au puterea de a-l influența, chiar dacă în mod rațional nu le acordă nici o atenție.

Vom analiza, în cele ce urmează, câteva dintre efectele pe care televiziunea le are asupra psihicului şi chiar asupra trupului uman, efecte datorate în primul rând capacității acestei tehnolo-

gii de a transmite imagini în mişcare, de a modela, practic, imaginația telespectatorilor.

Prin imaginile sale, Televiziunea influențează atât sistemul nervos vegetativ, cât şi pe cel endocrin

Imaginea nu are consistență fizică, volum sau greutate aşa cum au lucrurile; ea există doar în mintea noastră, este, cum s-ar spune, o închipuire, şi totuşi neuropsihologii moderni demonstrează că efectul imaginilor sau al imaginației nu este identificabil doar la nivelul ideilor, al gândurilor, ci chiar la acela al corpului fizic. Cu alte cuvinte, imaginea prezentă în minte influențează starea fiziologică a oamenilor prin antrenarea involuntară a sistemului nervos.

Spre exemplu, studiile întreprinse de Edmond Jacobson au demonstrat că, la persoanele care-şi imaginează că aleargă, pot fi depistate o seamă de contracții care au loc în muşchii ce au legătură cu alergarea: „Aceleaşi căi neurologice sunt excitate de imaginea alergării, ca şi în cazul alergării propriu-zise" (*Mander* 1978: 226). Pe această concluzie se bazează antrenamentul sportivilor cu ajutorul programelor de simulare pe calculator. S-a constatat, de exemplu, că schiorii care se antrenaseră cu ajutorul imaginilor pe calculator aveau rezultate comparabile cu cei care se antrenaseră în condiții reale.

„Când o imagine sau un gând este ținută în minte, observă Mander, se desfăşoară o activitate neuronală în ambele emisfere ale creierului. Acestea sunt însă legate prin intermediul fibrelor nervoase de hipotalamus, cel care are conexiuni cu sistemul nervos vegetativ şi cu glanda pituitară. Astfel că, atunci când o persoană ține în fața ochilor minții o imagine înfricoşătoare, corpul răspunde, prin sistemul nervos vegetativ, cu o senzație de

«fluturi în stomac», un puls grăbit, presiunea sângelui crescută, transpirație, pielea găinii și uscăciunea gurii. În același fel, când o persoană are în minte o imagine plăcută, relaxantă, corpul răspunde cu un ritm diminuat al inimii, scăderea presiunii sângelui și, evident, toți mușchii au tendința de a se relaxa." (*Mander* 1978: 226)

Prin urmare, dilatația sau contracția vaselor de sânge, ritmul respirator, peristaltismul intestinal, tensiunea musculară și multe alte procese fiziologice pot fi influențate prin intermediul sistemului nervos vegetativ de imaginile primite de la televizor sau de cele care se produc pe cale internă în cadrul procesului imaginativ.

Mai semnificative, pentru discuția noastră, sunt însă căile de legătură existente între sistemul nervos vegetativ și cortexul pituitar și adrenal, căi care fac ca imaginile TV să ne poată influența, nu numai pe moment, ci și în timp, activitatea metabolică, stările psihice și chiar definirea caracterului.

„Glanda pituitară, arată Mander, secretă hormoni care reglează rata de secreție a celorlalte glande; în special glandele tiroidă, sexuală și adrenală. Glanda adrenală secretă steroizi, care reglează procesele metabolice, și epinefrină care cauzează reacția de «luptă sau zbor» (...)." (*Mander* 1978: 228) În consecință, având capacitatea de a înrâuri activitatea sistemului neurovegetativ și prin acesta activitatea hipofizei, fluxul de imagini și stări emoționale care ne asediază în fața televizorului ne va putea afecta într-o măsură mai mare sau mai mică activitatea glandelor cu secreție internă. „Prin aceste căi, o imagine primită în minte poate realmente afecta fiecare celulă din organism" (*Mander* 1978: 228).

De activitatea glandelor hormonale depinde starea fiziologică, nervoasă și psihică a oamenilor. Aceasta deoarece activitatea hormonală se află la confluența dintre psihic, sistem nervos și trup. Formele și comportamentele specific masculine și feminine, echilibrul sau dezechilibrul emoțional, personalitatea,

particularitățile fizice și spirituale sunt legate în mod direct de concentrația diferiților hormoni secretați în organism. Caracterul și starea de calm sau cea de nervozitate, starea de oboseală și epuizare, de tristețe sau depresie, caracterul slab sau cel energic, tendința de îngrășare sau de slăbire necontrolată, sensibilitatea sau afectivitatea, duritatea și pragmatismul, în toate se reflectă în chip esențial activitatea glandelor cu secreție internă.

Nu numai glandele hormonale influențează viața psihică și nervoasă a indivizilor, ci și invers, stările emoționale, gândurile, imaginile și comportamentele au capacitatea, prin căile prezentate anterior, de a influența activitatea acestor glande. În privința influenței comportamentelor, se cunoaște că sedentarismul la femei, spre exemplu, generează un exces de hormoni feminini, ceea ce poate duce la îngrășare, instabilitate emoțională și chiar depresie. De asemenea, activitatea excesivă (activismul) și adoptarea comportamentului masculin conduce, în cazul femeilor, la o secreție în exces a testosteronului (hormon masculin), ceea ce are ca rezultat diminuarea sensibilității și activității specific feminine, asprirea caracterului – duritate, pragmatism – și chiar estomparea formelor feminine ale corpului.

Adoptarea de către bărbați a unor comportamente, atitudini și mentalități feminine și invers, de către femei a unora masculine, poate fi una din explicațiile comportamentelor homosexuale și lesbiene. Cu foarte rare excepții, deviațiile homosexuale, însoțite de dereglarea activității glandelor cu secreție internă, nu au o cauză organică, ci sunt determinate de mentalitățile și comportamentele adoptate de respectivii indivizi.

Legătura directă între vizionarea programelor cu conținut erotic și micșorarea vârstei la care tinerii încep astăzi viața sexuală își poate găsi explicația tot în fenomenul prezentat anterior.

Promovarea obsesivă a eroticului pe micul ecran, prin excitarea imaginației, poate stimula producția hormonală și, prin ur-

mare, poate determina un dezechilibru semnificativ între secreția în exces a hormonilor sexuali şi maturitatea fiziologică a copilului respectiv. Aceasta înseamnă că televiziunea poate constitui una din cauzele cele mai importante în determinarea unei maturizări precoce din punct de vedere sexual, observate la mulți din copiii de astăzi –, a atracției sexuale excesive resimțite de aceştia față de persoanele de sex opus sau a apariției unui comportament sexual nepotrivit vârstei. Într-o societate tradițională, copilul nu era niciodată martorul unor comportamente erotice care să-i incite imaginația. Maturizarea sa, din acest punct de vedere, apărea la timpul potrivit, corespunzător factorului genetic, maturității fiziologice, comportamentelor şi rânduielilor comunitare.

Petrecând zilnic câteva ore în fața televizorului, încă de dinainte de a şti prea bine ce se întâmplă cu el, omul contemporan nu realizează că mulțimea de imagini, stări emoționale, sentimente sau dorințe care-i modelează imaginația, prin vizionarea TV, au capacitatea de a-i influența nu numai gândurile şi concepțiile, ci, pe calea hormonală, chiar activitatea organică, starea fiziologică, sensibilitatea emoțională, caracterul şi personalitatea.

Imaginile tv au capacitatea de a substitui şi domina imaginile personale, dobândite prin lectură sau prin experiența cotidiană

Când citim o carte, construim în propria minte imaginea lucrurilor, întâmplarea sau personajele prezentate acolo. Deşi mai multe persoane lecturează aceeaşi carte, fiecare îşi imaginează personajele sau întâmplările descrise în mod diferit, în funcție de puterea imaginativă a fiecăruia şi de orizontul de înțelegere în care este integrată acea realitate. Întotdeauna poate exista o îmbogățire sau o sărăcire a mesajului unei cărți, astfel că

niciodată personajele aceluiaşi roman nu vor arăta la fel în mintea fiecărui cititor. Ele sunt o combinaţie între ceea ce doreşte scriitorul să sugereze şi ceea ce intuim noi. Prin lectură devenim şi noi autori, reconstruind naraţiunea în interiorul minţii noastre. Dacă cineva aduce în discuţie subiectul unei cărţi citite, atunci, instantaneu ne vor reveni în minte întâmplările şi oamenii de acolo, aşa cum ni le-am imaginat pe parcursul lecturii.

După ce am vizionat însă ecranizarea acelei cărţi, personajele sau întâmplările pe care le vom avea în minte nu mai seamănă nici cu cele din carte, cele descrise de autor, nici cu cele din mintea noastră. Actorii care interpretează rolurile respective îşi impun propria lor personalitate – chip, mimică, gesturi – personajului interpretat. În cazul acesta, imaginaţia noastră nu mai este liberă să construiască simbolic, adâncind nişte înţelesuri sau proiectând nişte lucruri în minte pentru a zămisli chipurile narate. Ea nu face decât să primească, să proiecteze imaginile TV pe ecranul minţii şi să le ia ca pe un dat. Forţa acestor imagini este atât de mare, încât, observă J. Mander, aproape toţi oamenii care au văzut un film după citirea unei cărţi uită imaginile construite în minte, în urma lecturii, substituindu-le cu cele din film.

Pentru cei care au văzut ecranizarea cărţii *Pe aripile vântului*, după ce au citit mai întâi cartea, atunci când vor vrea să evoce pe Rhet Butler sau Scarlet O'Hara (personajele principale ale cărţii), nu o vor putea face fără a avea în faţă chipurile actorilor Clark Gable respectiv Vivian Leight, cei care au interpretat rolurile principale în film. Pe Moise, marele profet al Vechiului Testament, cei care au văzut filmul *Moise* vor avea posibilitatea să şi-l imagineze în chipul lui Charles Heston, actorul principal al acestui film, iar românii care au vizionat filmul *Pintea*, vrând-nevrând, vor avea în vedere chipul actorului Florin Piersic atunci când vor vrea să-şi aducă în minte imaginea haiducului maramureşean. Un cunoscut povestea că, o bună perioadă după ce a vizionat filmul *Iisus din Nazaret*, de câte ori se ruga îi venea în minte chipul actorului din acest film.

Acelaşi lucru se întâmplă şi cu faptele istorice. Dacă un american, observă J. Mander, vrea să-şi evoce perioada istorică a războiului dintre nordişti şi sudişti, atunci cu siguranță va avea în minte imagini din filmul *Pe aripile vântului* sau alte câteva filme care narează întâmplări din această perioadă. Al Doilea Război Mondial, nazismul, lagărele de concentrare nu sunt cunoscute sau imaginate decât pornind de la imaginile din filme. În schimb, represiunea comunistă, lagărele acesteia, zecile de mii de morți, torționarii de la Piteşti etc. care nu au fost ecranizate, nu au un relief semnificativ în conştiința oamenilor de astăzi.

Forța, concretețea imaginilor este atât de mare, încât, aproape întotdeauna, ele vor substitui personajele cărților citite. Se pare însă că imaginile de pe micul ecran au puterea de a le substitui nu numai pe cele construite în minte în urma lecturilor, ci şi pe acelea ale experiențelor din viața noastră cotidiană.

J. Mander ne relatează un experiment pe care îl poate repeta oricare dintre noi. El cere mai multor persoane să-şi aducă în minte imaginea unui meci de fotbal sau a altui sport iubit. Constatarea pe care o face este că, în majoritatea cazurilor, cei intervievați au mărturisit că prima imagine care le-a venit în minte a fost aceea a unui meci văzut pe micul ecran, chiar şi în cazul în care jucaseră fotbal sau frecventau adesea stadioanele.

De asemenea, atunci când oamenii poartă anumite discuții legate de subiecte care sunt puternic mediatizate, dar care sunt cunoscute şi din viața cotidiană, imaginile sau exemplele pe care le au în minte în timpul conversației sunt mai curând cele văzute la TV decât cele provenite din experiența personală. Acest lucru se întâmplă chiar şi în cazul în care imaginile de la televizor provin din emisiuni de publicitate sau divertisment, sau din filme, aşadar, când se ştie că sunt construite artificial, că sunt ficționale.

„În orice competiție între o imagine generată intern şi una care este pregătită pentru tine şi transmisă prin mass-media cu imagini în mişcare, observă Mander, imaginea ta proprie este surclasată.

Odată ce imaginile sunt în capul tău, mintea nu mai poate să facă distincție între imaginea care a fost colectată direct şi cea primită prin intermediul televiziunii.

Prin mulțimea imaginilor furnizate de-a lungul anilor, televiziunea are capacitatea de a ne domina bagajul de imagini personale – formate prin cărți şi prin imaginație – şi este, de asemenea, capabilă, cel puțin temporar, să genereze confuzie între ceea ce este experiență reală şi ce este primit de la televizor. Mintea este foarte democratică în privința imaginilor disponibile, toate sunt egal valabile pentru reamintire şi utilizare. Aşa se întâmplă că, atunci când avem nevoie de o imagine, indiferent din ce motiv, este probabil să regăsim o imagine implantată şi să o luăm drept una personală. Rădăcina acestei nefericite situații stă în faptul că, până foarte recent, ființele umane nu au avut nevoie să facă distincție între imaginile artificiale ale unor evenimente inaccesibile fizic şi imaginile reale ale evenimentelor la care au participat." (Mander 1978: 245)

Oamenii se raportează la televizor, ca şi cum tot ceea ce ar vedea acolo ar fi real

„Sigur, poate obiecta cineva, un meci de fotbal văzut la televizor este real, la fel ştirile, un talk-show, însă un film artistic, oricât ar fi de bine realizat, este o ficțiune interpretată de nişte actori. Chiar şi un film istoric sau altul care se inspiră dintr-un fapt real tot ficțiune rămâne. La fel, publicitatea este în mod definitoriu ireală. Chiar dacă apar oameni adevărați, situațiile create în actele publicitare sunt imaginate pentru a atrage omul către produsul respectiv" (*Mander* 1978: 253).

Este adevărată observația şi se poate afirma cu certitudine, în baza studiilor făcute, că mult mai mult fictional există astăzi în programele TV decât fapt real şi, cu toate acestea, chiar dacă oamenii ştiu aceste lucruri, se comportă ca şi cum tot ceea ce ar

vedea la televizor ar fi real. Acest lucru este confirmat în toate studiile statistice privitoare la efectele pe care televiziunea le are în viața oamenilor.

În volumul al IV-lea din lucrarea *Televiziune şi comportament social*, lucrare pregătită de Institutul Național de Sănătate Mentală (NIMH) al Departamentului pentru Sănătate şi Educație din America, se demonstrează că „majoritatea adulților, procentual aproape la fel de mulți ca şi copiii, învață de la televizor cum să trăiască şi cum să se descurce în viață – comportamentul în familie, relațiile cu colegii, ierarhia valorilor, cum să se descurce cu copiii rebeli; cum să înțeleagă deviațiile de la norma socială, din punct de vedere sexual, politic, social şi interpersonal. *Pe de-a întregul, conținutul programelor dramatice şi al comediilor de situație prezentate la televizor este considerat ca valabil, util, instructiv şi, în cuvintele raportului, bun pentru viață (...), ca şi cum nu ar fi ficțiune. În rezolvarea problemelor familiale, oamenii recunosc că îşi amintesc cum a fost rezolvată problema într-o situație asemănătoare la televiziune. Deseori, din mai multe variante, aleg soluția similară celei de la televizor" (Mander 1978: 255).*

În raportul NIMH citat de Mander se arată: „Cunoştințele practice şi metodele de rezolvare a problemelor conduc lista de informații (cunoştințe) declarate ca dobândite prin aceste programe. Mai mult, aceste programe dramatice sunt cel mai adesea văzute ca realiste. (...) Mulți dintre telespectatorii care se uită la show-urile TV apreciază că acestea au o relevanță directă pentru propria viață" (Mander 1978: 254).

De asemenea, dr. George Gerbner şi dr. Larry Gross, în urma studiilor efectuate, au descoperit că, deşi nimeni nu se îndoieşte de ficțiunea unei drame polițiste, spre exemplu, telespectatorii au tendința să „o creadă" sau cel puțin „să câştige impresii puternice care conduc la convingeri".

Cercetările întreprinse de cei doi profesori ai Universității din Anenberg au demonstrat că, proporțional cu timpul alocat

vizionării TV, „viziunea telespectatorilor asupra lumii se potriveşte cu cea de la televizor" (*Mander* 1978: 255) sau că în reprezentarea lumii reale imaginile formate în urma experienţei cotidiene erau într-o mare măsură amestecate cu cele primite de la televizor.

„Imaginaţi-vă un eremit, sugerează Gerbner şi Gross, care trăieşte într-o peşteră conectat la lumea exterioară prin televizor. Cunoştinţele sale despre lume ar fi construite exclusiv din imaginile şi faptele pe care le-ar putea culege din evenimentele, persoanele, obiectele şi locurile fictive ce apar în emisiunile TV. Aşteptările şi judecăţile sale în legătură cu obiceiurile lumii ar urma convenţiile programelor TV, cu intrigile şi rezultatele lor predictive. Concepţiile lui despre natura umană ar fi formate de psihologia superficială a personajelor micului ecran" (*Psychology today* IV 1975).

Peştera lui Gerbner este de fapt societatea modernă, lumea în care comunicarea interpersonală a sărăcit extrem de mult, unde oamenii se izolează de semenii lor – fiecare cu casa lui, cu maşina lui, cu interesele personale – unde vecinii nu se mai cunosc sau nu mai au nimic să-şi spună, unde practic nu mai există mici comunităţi care să aibă o viaţă proprie sau propriile evenimente. Într-o astfel de realitate, înconjuraţi de asfalt, beton, plastic şi metal, ecranul televizorului devine pentru cei mai mulţi oameni, mai cu seamă pentru copii, bolnavi sau bătrâni, fereastra către lume, sursa principală a imaginilor, a modelelor, a trăirilor emoţionale şi a judecăţilor de valoare. Care poate fi, prin urmare, semnificaţia faptului că imaginile şi „realităţile" lumii TV le-au substituit pe cele ale lumii reale? McLuhan ne îndeamnă să căutăm răspunsul la această întrebare în transformările petrecute în mentalităţile, comportamentul şi modul de viaţă al oamenilor de la apariţia televiziunii şi până astăzi (*McLuhan* 1997: 268).

Vizionarea TV ca stare alterată de conştiinţă

Ecranul televizorului, spune McLuhan, revarsă în tine o energie care paralizează ochiul; nu tu te uiţi la el, ci el se uită la tine. (...) În cazul televiziunii, tu eşti ecranul. Tu eşti punctul de fugă ca în pictura orientală. Imaginea pătrunde în tine. În cazul televizorului, intri în tine însuţi.

Marshal McLuhan 1997

Puţini dintre noi problematizează sau conştientizează tipul de experienţă pe care-l presupune actul vizionării în general (TV şi computer). Acest lucru se întâmpla la apariţia cinematografiei sau televiziunii. Atunci oamenii, şocaţi sau fascinaţi de noua creaţie a minţii umane, se întrebau dacă ceea ce văd în faţa ochilor pe suprafaţa ecranului este aievea sau doar închipuire, dacă sunt oameni reali, întâmplări adevărate sau doar o lucrare drăcească. Cu timpul, pentru generaţiile crescute cu televizorul, aceste nedumeriri au dispărut, apărând un fel de obişnuinţă, prin integrarea acestei experienţe în rândul celor cotidiene, alături de altele asemenea, care au fost pricinuite de ultimele descoperiri tehnologice (avion, calculator telefon mobil, etc.).

Aceasta nu înseamnă că fascinaţia pe care o provoca televizorul ar fi dispărut, ci se pare că oamenii s-au învăţat a privi la lumea micului ecran, ca şi cum ar fi reală, cu singura diferenţă că pe aceasta o vedem prin intermediul tehnologiei. Ecranul TV devine o fereastră, prin care putem percepe şi cunoaşte ce se întâmplă pe strada, în oraşul, în ţara în care trăim sau în întreaga lume. Astfel, prin sugestie sau convenţie mentală ajunsă la automatism, imaginile de la televizor, proiectate prin vedere pe ecranul minţii, sunt asimilate acelora pe care le produce de obicei experienţa directă, nemijlocită de televizor a acelor realităţi vizionate. Ca şi cum am fi martorii acelor evenimente.

Cu toate că aceasta este astăzi impresia generală a majorității oamenilor, cercetările din ultimii ani demonstrează cu totul altceva: Când ne uităm la televizor, mintea noastră nu funcționează la fel ca atunci când vedem sau întâlnim noi înşine acele lucruri sau întâmplări în viața noastră cotidiană, când le experiem fără mijlocirea ecranului. Nici activitatea corticală şi nici cea psihică nu sunt compatibile cu cele parcurse în fața televizorului.

Concluzia la care ajung cercetătorii fenomenului televizual este aceea că experiența vizionării programelor TV este complet diferită de cea pe care oamenii au avut-o de-a lungul veacurilor în perceperea realității. Prin caracteristicile ei cele mai generale, această experiență poate fi uşor integrată în categoria experiențelor imaginarului, în familia stărilor alterate de conştiință (SAC) – visul, hipnoza, stările generate în unele practici orientale, în halucinațiile provocate de drog sau de bolile psihice.

Şi totuşi, s-ar putea obiecta: nu se poate spune că visăm atunci când, alături de zeci sau sute de milioane de oameni, urmărim un meci, fapt care se petrece undeva în lumea aceasta, şi nu doar în mintea noastră! Nu se poate spune că halucinăm când privim imaginile proiectate pe ecranul televizorului, un aparat aflat în camera noastră, prin care se receptează şi se decodează undele electromagnetice transmise de la sute sau mii de kilometri distanță.

Nu la acest lucru ne-am referit introducând vizionarea TV între stările alterate de conştiință. Filmarea unor realități, transmiterea la distanță a unor evenimente, receptarea şi redarea lor pe micul ecran sunt fenomene obiective care nu au în ele nimic subiectiv sau halucinatoriu. Chestiunea nu este aceasta şi nici măcar faptul că noi nu am fi în stare să discernem între o ficțiune şi un fapt real, în momentul în care ne uităm la televizor.

Problema se pune atunci când vrem să analizăm modul în care mintea noastră percepe imaginile de la televizor. Această receptare a lumii TV nu presupune o activitate corticală şi psihică

normală, de genul acelora pe care le parcurgem în stare de veghe (în timpul unei zile, să spunem), ci, mai curând, induce nişte stări asemănătoare celor care apar în stările alterate de conştiinţă, amintite anterior.

Cauza fundamentală a acestui efect o constituie însăşi natura artificială, nefirească, a comunicării prin televizor, comunicare pe care creierul nostru nu este pregătit să o recepteze, să o discearnă sau să o menţină sub controlul raţiunii. Vedem la televizor o pădure, străzile unui oraş, oameni şi totuşi nu este decât o plăsmuire, imagini care dispar dacă se sparge ecranul. Vedem nişte imagini în mişcare, însă nu visăm, ci ne uităm la televizor. Creierul uman se pare că nu este dotat cu un mecanism neurologic capabil să distingă automat imaginile plăsmuite de cele reale. El primeşte şi interpretează imaginile TV, prin convenţie şi obişnuinţă, întocmai ca pe nişte realităţi, dar, în acelaşi timp, le receptează într-un mod identic cu cele percepute în vis sau în stările halucinatorii.

În cele ce urmează, vom analiza mai îndeaproape natura comunicării televizuale, apelând atât la cercetările din domeniul neuropsihologiei şi a ştiinţelor comunicării, cât şi pe cele ce vizează antropologia imaginarului.

1. „Comunicarea televizuală, afirmă J. Thompson, creează ceea ce putem numi decuplare spaţio-temporală discontinuă." (*Thompson* 2000: 91)

Cu alte cuvinte, cele văzute la televizor nu se petrec în acelaşi spaţiu şi timp cu cele în care trăim noi: „Indivizii care se uită la televizor, observă Thompson, trebuie să-şi suspende cadrele spaţio-temporale ale vieţii lor de fiecare zi şi să se orienteze spre un set diferit de coordonate spaţio-temporale; ei devin astfel călători spaţio-temporali" (*Thompson* 2000: 91).

În orice experienţă vizuală pe care omul a avut-o în mod conştient de-a lungul istoriei, realitatea cu care era confruntat se afla undeva, în faţa ochilor, mai aproape sau mai departe, astfel

încât putea să fie percepută vizual, auditiv şi, eventual, chiar prin miros şi pipăit. Faptele petrecute sau lucrurile văzute nu numai că se aflau într-o vecinătate a noastră, dar ele aveau loc simultan cu procesul observării noastre. Vedem ceea ce se întâmplă numai dacă suntem martorii întâmplării respective. Nu s-a pomenit vreodată până în epoca tehnologiei audio-video să poţi vedea cu ochii trupeşti ceva ce s-a petrecut cu săptămâni sau luni în urmă, sau ceva aflat la sute şi mii de kilometri distanţă. Prin intermediul televizorului însă, putem vedea nu numai lucruri care s-au petrecut în alt spaţiu şi timp decât cele în care trăim noi, dar şi fapte care sunt create şi se petrec numai ca să fie filmate şi transmise la televizor. Adică, nu sunt văzute pentru că există, ci există sau se plăsmuiesc pentru a fi văzute.

Aşadar, lumea de la televizor nu ne înconjoară, nu există în vecinătatea noastră, precum lumea oricărei experienţe cotidiene, ci doar ne proiectăm mental, prin vedere şi imaginaţie, în interiorul ei. Acest fenomen este întâlnit şi în starea de vis sau în halucinaţie. Şi în aceste stări ne proiectăm doar mental, prin imaginaţie, în coordonatele spaţio-temporale ale întâmplărilor visate. Vedem lumea din vis în faţa ochilor minţii şi ni se pare că se află în faţa noastră acum şi aici, că o experiem în modul cel mai real cu putinţă. La fel ca şi la televizor însă, nu este vorba decât de o iluzie, de amăgirea pe care o produce sugestia hipnotică indusă de imaginea în mişcare. *Fenomenul decuplării spaţio-temporale este o caracteristică fundamentală a tuturor experienţelor imaginarului (Durand 2000:405-410).*

2. Lumea micului ecran nu are concreteţea, perspectiva, tridimensionalitatea spaţiului real, a lumii care ne înconjoară. Când ne uităm la televizor, nu putem adânci planul observării într-o perspectivă mai îndepărtată sau mai apropiată şi nici nu putem observa întregul spaţiu pe care-l presupune realitatea filmată.

Într-o experienţă firească, oamenii participă cu toate simţurile şi cu tot corpul. Rotim capul, ne aplecăm, mişcăm ochii, focalizăm privirea, auzim, mirosim, într-un cuvânt, suntem integraţi cu

toată ființa, prin toate simțurile în mediul pe care-l percepem. În fața televizorului însă, privirea este fixă și lipită de ecran, corpul se află într-o stare de imobilitate, ca și în starea de hipnoză (*Mander* 1978: 166). Suntem decuplați senzorial, deschiși doar pentru experiența pe care mintea o primește prin intermediul vederii și auzului, simțuri conectate, cablate la sursa TV; sursa unei lumi bidimensionale în care telespectatorul navighează imaginativ.

Singurele experiențe unde nu contează orientarea și poziționarea fizică în percepția vizuală, ci doar reprezentarea mentală sunt cele imaginare. „În caz de delir, de vis sau de psihoză, observă Sartre, elementul topografic și perspectiv e cel suprimat și înlocuit cu o omogenitate nelimitată, fără profunzime și fără legi, fără planuri succesive, conform celei de-a treia dimensiuni (adâncimea)" (*Sechehaye:* 1950: 97).

Spațiul imaginar este unul reprezentativ, și nu perceptiv. Ni-l putem doar reprezenta prin intermediul imaginației, căci nu-l putem percepe în mod real, neavând consistență fizică. *„Spațiul reprezentativ,* demonstrează Piaget, apare odată cu funcția simbolică. Acest spațiu este legat de acțiune, deoarece reprezentarea spațială e o *acțiune interiorizată" (Durand: 2000:406)*. Cu alte cuvinte, numai participând la acțiunea respectivă, interiorizând-o, vom putea să parcurgem, să străbatem inițiatic spațiul în cauză. Acestea sunt legile percepției spațiale a imaginarului, care se aplică și în cazul televizionării.

Este cel puțin stranie mărturia făcută de schizofrenicii ce participau la experiențele efectuate de Tausk, la începutul secolului al XX-lea (înainte de apariția televiziunii), care susțineau că li s-a implantat în creier un ecran bidimensional foarte asemănător televizorului de astăzi, pe care era proiectată o altă realitate și de unde li se dicta ce trebuie să facă.

3. Legat de punctul anterior, trebuie să subliniem faptul că decuplarea senzorială pe care o trăiește orice telespectator de-a lungul vizionării poate constitui din punct de vedere neurologic

un important factor favorizant al pătrunderii într-o stare halucinatorie. Studiile desfăşurate de soții Emery au demonstrat următorul lucru: „creşterea emisiei undelor alfa, pe parcursul vizionării TV, constituie o dereglare a legăturii dintre persoană şi mediu în sensul că vigilența este neglijată" (Zingrone: 2000).

De asemenea, cei doi neuropsihologi, comparând traseele electroencefalografice ale telespectatorilor aflați în timpul vizionării cu cele ale unor persoane cu privare senzorială îndelungată, au găsit că „o persoană care priveşte la televizor pentru câteva minute este în mod serios afectată, la fel de mult ca una supusă privării senzoriale pe o durată de 96 de ore (4 zile)" (*Large* 1997: 46). Cu alte cuvinte, după numai câteva minute de vizionare, activitatea corticală devine asemănătoare cu a unei persoane private senzorial timp de 4 zile. Starea de natură hipnotică în care este introdus telespectatorul pe parcursul vizionării explică apariția acestei semnificative decuplări senzoriale (*Emery & Emery:* 1975).

Care este legătura dintre privarea senzorială şi intrarea într-o stare alterată de conştiință? Din cele mai vechi timpuri se ştie că izolarea în condiții de lipsă a stimulilor senzoriali este un factor de favorizare al stărilor halucinatorii. Se cunoaşte, de exemplu, că devine foarte probabilă apariția nălucirilor sau a viziunilor pentru oamenii care se retrag în singurătatea unei peşteri, lipsiți parțial de lumină, de zgomot şi de o activitate practică. Se pare că mintea, lipsită de suportul unei implicări senzoriale, poate fi furată mult mai uşor în lumea halucinatoriului. În timp ce anahoreții creştini se luptă să-şi păstreze luciditatea, să alunge nălucirile, fie prin întreținerea unei activități fizice, fie prin metode duhovniceşti, şamanii, dimpotrivă, caută pătrunderea în aceste stări halucinatorii pentru a intra în contact cu duhurile.

Fenomenul a fost demonstrat şi în epoca modernă, în contextul experiențelor desfăşurate cu voluntari care se pregăteau pen-

tru zboruri spațiale. „Experimentul, arată Large, presupunea plutirea fără mişcare în apă la temperatura corpului uman, în tăcere totală, cu îmbrăcăminte care nu lăsa să treacă nici o lumină, cu mănuşi care reduc simțul tactil. Inițial, mulți voluntari au adormit. La trezire, unii au avut halucinații, fantezii, vise şi impresii distorsionate despre corpurile lor, ca, de exemplu, că brațele sau picioarele lor au crescut şi s-au desprins de corp." (*Large:* 2000)

Concluzia la care ajung cercetătorii este că experiența senzorială este esențială în susținerea procesului de gândire, a controlului lucid al acțiunilor şi stărilor afective, în menținerea unui simț al identității şi pentru menținerea echilibrului mintal.

Prin urmare, la integrarea imaginilor TV într-un regim perceptiv de tip halucinatoriu, un rol esențial îl joacă intensa privare senzorială ce apare pe parcursul vizionării.

4. Deşi atunci când ne uităm la televizor avem impresia că vedem lucrurile aşa cum sunt, de fapt, nici lumina, nici culorile, nici sunetul sau distanțele nu sunt aceleaşi cu cele din realitate.

a) Precum în vis, imaginile de la televizor sunt aprinse, strălucesc în propria lumină, ca şi cum lumina în care le vedem le-ar proiecta direct în mintea noastră. „Ecranul televizorului,observă McLuhan, revarsă în tine o energie care paralizează ochiul. Nu tu te uiți la el ci el se uită la tine". (McLuhan: 1997: 284)

În mod obişnuit, vedem lucrurile care ne înconjoară în măsura în care asupra acestora se răsfrânge lumina soarelui sau a altei surse de lumină, cum ar fi lampa sau becul. Este firesc să nu putem vedea nimic din cele ce ne înconjoară dacă este noapte, iar locul în care ne aflăm nu este luminat. Nu acelaşi lucru se întâmplă în fața televizorului. Imaginile TV sunt cu atât mai clare cu cât lumina exterioară este mai slabă şi, invers, atunci când lumina solară este foarte puternică aceste imagini se estompează până la a nu mai putea fi distinse.

Lumina în care vedem imaginile pe suprafața ecranului nu e produsă prin reflexia unei lumini exterioare, ci este chiar lumina care se naşte odată cu imaginea, prin fenomenul fotoelectric, în momentul în care electronii lovesc suprafața interioară a ecranului. Prin urmare, *imaginile lucrurilor văzute la televizor nu există înaintea luminii, ele fiind în esență doar o plăsmuire de lumină.*

Când ne uităm la televizor este ca şi cum ne-am uita într-o sursă de lumină – în soare, în foc sau în bec. De aceea, lumina ecranului este mai puternică decât a lucrurilor care înconjoară televizorul, părând cumva aprinsă în raport cu realitatea înconjurătoare.

Faptul că imaginile TV au față de realitate o lumină proprie, lucru explicabil, căci lucrurile pe care le reprezintă nu există de fapt în fața ochilor noştri, ca să reflecte lumina, ci sunt doar o plăsmuire, constituie încă un motiv important pentru a introduce vizionarea TV în clasa stărilor alterate de conştiință. În cele mai multe din aceste stări, imaginile au o lumină proprie, căci, percepute fiind cu ochii minții, ele nu pot fi văzute în lumina reflectată, ci numai în strălucirea propriei lumini, aceea în care se plăsmuiesc. Această caracteristică face ca aceste imagini, dar şi surse de lumină totodată, să aibă o intensitate mai mare în impresionarea ecranului minții decât imaginile realității. Acestea din urmă apar puțin mai cenuşii, mai şterse față de cele ale SAC, deoarece ele nu-şi sunt ele însele sursa de lumină, ci o primesc din altă parte, şi doar o reflectă.

Studii recente dovedesc că într-un fel percepe creierul uman lucrurile văzute în lumina reflectată şi altfel pe cele percepute în propria lumină. „Percepția neuro-psihologică a luminii emise este procesată de emisfera dreaptă a creierului, în contextul unei activități electrice de tip alfa şi teta", afirmă Leonard Shlain (*Shlain* 1999). Cu alte cuvinte, imaginile văzute în propria lumină conduc la o diminuare a frecvenței undelor cerebrale,

condiționând o percepție holistică, emoțională și imagistică, a realității transmise.

b) Tot așa cum lumina este artificială, la fel și culorile sau sunetele experimentate în fața televizorului nu le respectă pe cele reale. Coloana sonoră, spre exemplu, este prelucrată în studio, glasurile sau sunetele sunt așezate întotdeauna pe un zgomot de fond, ele nefiind cele pe care le auzim în realitate.

Cu toate că aceste lucruri sunt cunoscute oricărui telespectator, le enunțăm aici pentru a sublinia nu numai faptul că lumea de pe micul ecran este diferită de cea adevărată (doar întrucâtva asemănătoare), ci mai cu seamă ideea că în reproducerea realității nu contează atât fidelitatea copierii prototipului, ci mai mult sugestia, impactul sau crearea iluziei că toate cele văzute sunt reale. De fapt, televizorul apelează la capacitatea imaginației de a recunoaște, prin asemănare, cele văzute la televizor cu cele reale, de a le completa imaginativ și valida ca autentice.

Această construcție artificială a lumii TV – lumină, culoare, sunet, mișcare rapidă a cadrelor, dramatism – are cel mai adesea forța de a impresiona mai puternic mintea decât se întâmplă în realitate. Apare așa-zisa hiperrealitate, senzația că toate cele văzute sunt nu numai reale, ci chiar mai veridice decât realitatea *(Durand 2000:398)*. Același lucru îl trăiește omul și în vis sau, mai ales, în halucinațiile produse, spre exemplu, de drogurile psihedelice, unde viziunile, prin violența luminii, a culorilor și chiar a sunetului, prin dramatism, au o forță de impact asupra minții mult mai mare decât cele ce aparțin lumii reale.

5. În orice experiență obișnuită, realitatea observată este continuă și relativ stabilă. Nu este în firea lucrurilor ca obiectele din fața noastră să dispară, ca să fie instantaneu înlocuite cu altele. Chiar dacă ne mutăm privirea în altă parte, ceea ce am văzut mai înainte nu dispare brusc, ci se îndepărtează mai încet sau mai repede de câmpul nostru vizual. Lucrurile sunt relativ stabile; dinamica firească a evoluției lor, mișcările oamenilor,

procesele naturale şi chiar cele tehnice dintre cele mai rapide – avioane, trenuri – nu este atât de mare încât să scape de sub controlul observației. Ceea ce există în natură devine sau se mişcă până dispare din fața ochilor noştri.

La televizor însă, succesiunea cadrelor, a imaginilor nu este cea naturală. Imagini din alte părți ale pământului apar şi dispar din fața ochilor noştri cu viteza luminii. Nimic nu este continuu şi stabil precum este realitatea. Orice emisiune presupune zeci sau sute de tăieturi de plan – cadre – unite după logica operatorului sau a regizorului de imagine. Dacă ne-am concentra puțin asupra ecranului, astupându-ne urechile pentru a înlesni analiza, am putea număra câte tăieturi sau schimbări de plan – aşa-zise evenimente tehnice – au loc în numai câteva minute.

Dacă în realitate o astfel de dinamică nu poate fi întâlnită, în starea halucinatorie, în vis sau în hipnoză, acesta este modul natural de vizionare a imaginilor. Ca şi la televizor, imaginile lucrurilor observate în vis se schimbă cu rapiditate. Pot apărea unghiuri diferite de vedere sau brusc pot interveni alte imagini în fața ochilor minții. Diferența între modul de derulare a filmului TV şi a celui din stările alterate de conştiință este doar faptul că, în primul caz, logica tăieturilor, a compunerii secvențelor şi planurilor aparține regizorului de montaj sau exigențelor pe care le presupune tehnica video, pe când în celălalt caz este vorba de o logică sau ordine necunoscută, dictată de subconştient.

6. O altă caracteristică a efectului imaginilor TV asupra minții este temperarea gândirii, a puterii minții de a analiza, urmări şi reflecta în mod logic întâmplările de pe micul ecran.

Când privim la televizor avem tendința de a accepta ca adevărate fapte sau întâmplări pe care, dacă le-am observa în viața de zi cu zi, le-am socoti ilogice sau stupide. Aşa cum demonstrează Esslin, spiritul critic în fața micului ecran este redus, telespectatorul având mult mai repede ca în realitate tendința de a se încrede în ceea ce vede la televizor (*Esslin* 1982: 131).

Interesant de observat este faptul că, adesea, şi în stările alterate de conştiinţă se păstrează o anumită luciditate privind desfăşurarea filmului imaginar. Pe cei morţi îi vedem în vis din nou vii şi ne mirăm puţin, dar acceptăm în general situaţia, uneori noi înşine plutim în aer sau avem puteri deosebite, orice devine posibil. Cu toate că există această minimă luciditate, această uimire că lucrurile nu se desfăşoară în acea stare alterată de conştiinţă aşa precum ştiam noi că este logic şi normal, aproape întotdeauna acceptăm situaţia ca dată, absorbiţi sau intens implicaţi emoţional în contextul acţiunii filmului desfăşurat în vis.

Naraţiunile imaginare sunt acceptate de om, în pofida defecţiunilor de logică, ca nişte daturi ce ne transcend puterea de înţelegere a minţii şi care se justifică prin însăşi existenţa lor ca imagini văzute. Un argument, de asemenea important, este şi forţa extraordinară cu care aceste imagini impresionează mintea. Nu poate să nu fie adevărată, se insinuează gândul, o realitate atât de concretă, de prezentă în mintea şi în simţurile noastre, care produce sentimente atât de vii şi de puternice. Acesta este un raţionament automat, un reflex perceptiv pe care-l urmăreşte mintea în receptarea experienţelor vizuale avute în starea de vis, halucinaţii, hipnoză etc. şi în mod identic în actul vizionării TV.

Orice judecată întârzie gândirea, ceea ce imaginile în mişcare nu permit. Ele nu îngăduie un control raţional al percepţiei. În însăşi implicarea emoţională, în trăirea acţiunii, a contextului situaţional este concentrată şi ni se transmite şi înţelegerea – mai mult intuitivă decât logică – a acţiunii[6].

7. Una din principalele caracteristici ale imaginilor TV, asemenea visului şi hipnozei, este forţa extraordinară pe care

---

6 Imaginea, dimpotrivă, zămisleşte excesiv pe toate direcţiile un luxuriant roi de imagini. Asupra gândirii care raţionează, ca şi asupra gândirii care percepe, mai apare încă mersul laborios al existenţei, în vreme ce gândirea care imaginează e conştientă de faptul că este plină dintr-odată şi smulsă înlănţuirii trupului. Nu atât sentimentul realului e cel care se estompează, cât mai degrabă conştiinţa succesională a eu-lui, care nu mai controlează, adică nu mai înlănţuie percepţiile într-un continuu temporal. (*Durand* 2000 398).

acestea o manifestă în captivarea atenției, în înlănțuirea minții în urmărirea lor. Suntem acolo înlăuntrul lumii imaginilor proiectate pe ecranul minții în vizionarea TV ca şi în viziunile halucinatorii, iar fascinația aceasta este însoțită de o uşoară stare de plăcere, dar şi de o intensă stare de excitabilitate mentală, caracteristici ale stărilor alterate de conştiință.

Cui se datorează această forță aproape hipnotică a televiziunii s-a arătat în primul volum al cărții; aici am adăuga doar faptul că, asemenea visului, tot ce se întâmplă pe micul ecran are un caracter extraordinar de tip mitic. Faptele sunt văzute ca exemplare, extraordinare pe fundalul cenuşiu, şters al experienței cotidiene. Acest fenomen este cel mai uşor de sesizat în actul dramatic, care, de altfel, caracterizează majoritatea transmisiunilor TV (*Berger*: 1997: 35). Realitatea cotidiană față de cea a televiziunii poate părea monotonă, banală, în timp ce televiziunea poartă această emblemă a extraordinarului şi miraculosului, ca şi cum cineva ne revelează în chip profetic un aspect fundamental al existenței sau ca şi cum ni s-ar deschide o fereastră către lumea de dincolo, lumea esențelor sau a speranțelor, a răspunsurilor, a plăcerii, a visului, a eliberării şi puterii demiurgice.

Este clar că experiența vizionării TV, prin fascinația insolitului ei, se aseamănă mai mult cu aceea a lumii fantastice a visului decât cu aceea a realului. Realitatea înseamnă în mod obişnuit moderație, efort, echilibru sau lucruri şi fapte care nu induc o atât de puternică surescitare a minții precum experiențele de mai sus. Ea nu violentează mintea, ci îl lasă pe om să vină în mod liber în întâmpinarea şi descoperirea ei. Ea devine însă foarte ternă şi obositoare pentru tot omul care se obişnuieşte cu comoditatea oferită de drogul evaziunii în imaginar.

8. Alături de caracterul extraordinar al faptelor de la televizor, trebuie adăugată puternica impresie emoțională pe care acestea o produc telespectatorilor. Dramaticul şi emoționalul demonstrează Esslin, sunt caracteristici fundamentale ale televizi-

onării şi poate nu întâmplător şi a celor mai multe din stările alterate de conştiinţă.

În faţa televizorului, ca şi în vis, experimentăm acel dramatism şi insolit de care ne desprindem cu greu, iar atunci când reuşim acest lucru rămânem cu sentimentul că „deşteptându-ne" sau revenind la realitate am pierdut ceva important, o altă dimensiune a existenţei poate. Totodată, imaginile şi stările trăite intens acolo ne pot urmări obsesiv o vreme. Aceste emoţii puternice, aceste intense stări afective mai rar le putem trăi în starea de veghe în viaţa noastră cotidiană.

9. La televizor, ca şi în experienţele stărilor alterate de conştiinţă, imaginile asaltează mintea, slăbesc raţiunea şi controlul volitiv. Telespectatorul pierde iniţiativa în reprezentarea şi analiza celor văzute. Torentul imaginilor care inundă mintea preiau iniţiativa, controlul acesteia şi al stărilor afective. Omul nu poate reflecta asupra realităţilor văzute, fiind astfel forţat să urmărească încontinuu imaginile furnizate, să se alinieze raţionamentului implicit unei anumite succesiuni a imaginilor şi să se ataşeze empatic trăirilor sugerate. Experienţa mentală ne este practic organizată de altundeva. Imaginaţia nu mai este o putere controlabilă a minţii, un instrument în reprezentarea realităţii. Mintea, din subiect, devine ţintă. În cazul televizorului, rolul imaginaţiei îl preia ecranul care va proiecta în minţile noastre propriile imagini. În acest proces imaginaţia este captivată, excitată puternic într-o mişcare de absorbţie şi redare de imagini.

Astfel, aceasta pierde controlul raţional al procesului imaginativ, devenind doar un instrument în prelucrarea şi reproducerea fantasmelor în interiorul minţii. E ca şi cum altcineva s-ar aşeza la biroul de comandă al imaginaţiei noastre, al gândurilor şi trăirilor din minte. Această experienţă nu are nimic de a face cu aceea a lumii reale, cu experienţa cotidiană, care înseamnă o implicare personală în care iniţiativa ne aparţine, în care avem mai multă libertate, răgazul reflecţiei şi puterea de a ne controla trăirile, de a discerne.

În schimb, stările alterate de conştiinţă – vis, halucinaţii, stări hipnotice – presupun o pierdere a iniţiativei care este preluată de imaginile din minte. Ele vor fura mintea (prin fascinaţie sau prin captivarea hipnotică a atenţiei) şi o vor purta, împreună cu toate gândurile şi stările ei emoţionale, de-a lungul labirinturilor fantasticului, asemenea unui copil care, ademenit de promisiunile unui străin, uită pentru o clipă de părinţi, suficient pentru a se pierde într-o lume străină în care, de data acesta, este atras de o forţă irezistibilă. Teamă, plăcere, fascinaţie, senzaţie a trăirii plenare sunt câteva din stările ce caracterizează toate aceste evaziuni în imaginar, stări care la revenirea în viaţa cotidiană vor fi înlocuite de un gol mai mic sau mai mare care va rămâne ca o frustrare, o promisiune, o permanentă tensiune sau tentaţie a întoarcerii, a evadării în spaţiul fantasticului.

10. Wunenburger spune că omul trăieşte în două lumi. Lumea exterioară care ne înconjoară, în care ne mişcăm, pe care o vedem în faţa ochilor, o auzim sau percepem prin toate simţurile, şi lumea din minte unde este proiectată sau percepută cea exterioară şi unde se află toate gândurile, impresiile, izvoarele bucuriei sau ale suferinţei noastre (*Wunenburger:* 2004).

De lumea exterioară ne putem oricând despărţi sau detaşa mental pentru a reflecta asupra ei, a gândi şi desigur pentru a-i integra imaginea sau înţelesurile în orizontul de înţelegere al minţii, în patrimoniul acesteia. Chiar dacă nu suntem întotdeauna conştienţi de această detaşare şi reflecţie a celor văzute sau simţite, aceasta se produce în mod reflex ca un automatism al minţii perceptive.

Lumea interioară însă este lumea care, practic, înglobează conştiinţa noastră; de ea nu ne putem despărţi nici o clipă. Este locul în care se desfăşoară, de fapt, viaţa psihică a omului.

Fenomenul pe care-l face posibil vizionarea TV este dispariţia zidului despărţitor între cele două realităţi. Lumea la care se conectează telespectatorul de-a lungul vizionării nu mai este nici

una exterioară minții, obiectivă, şi nici una interioară, care să țină de realitatea subiectivă de conştiință a persoanei umane.

Cauza acestui fenomen? În ciuda faptului că vedem pe micul ecran imaginile unei alte lumi decât cea interioară minții, o lume care apare ca obiectivă, din cauza vitezei cu care imaginile sunt proiectate pe ecranul minții, a neputinței noastre de a controla această desfăşurare, devine imposibilă distanțarea, detaşarea de cele văzute pentru a le mai putea cugeta sau integra în mod rațional sau conştient în structurile de înțelegere ale minții noastre. Detaşarea nu este posibilă nici pentru câteva fracțiuni de secundă deoarece permanent simțul văzului este bombardat cu imagini. Nemaiexistând posibilitatea detaşării, atunci este clar că nu mai poate fi pusă problema experimentării unei lumi exterioare nouă, a unei realități obiective. Pe de altă parte, lumea micului ecran percepută în interiorul minții este străină de gândurile, de stările personale de conştiință, cu toate că participarea empatică la aceasta este foarte intensă.

Un fenomen asemănător se întâlneşte şi în vis sau în stările halucinatorii. Deşi filmul pe care-l vizionăm în aceste stări este proiectat pe ecranul propriei imaginații, deci nu are un caracter obiectiv, scenariul acestuia pare străin de propria conştiință şi subiectivitate. Suntem surprinşi şi fascinați de ceea ce vedem şi ni se întâmplă ca şi cum am experimenta cu adevărat acea realitate în spațiul lumii reale. Pe parcursul vizionării TV, ca şi în stările alterate de conştiință nu există posibilitatea distanțării, a detaşării de cele văzute, ci este vorba doar de o intensă implicare, mai cu seamă una de ordin emoțional, în desfăşurarea acțiunii filmului urmărit.

Aşadar, realitatea percepută prin actul vizionării nu are caracterul unei lumi obiective exterioare nouă, ci pe acela al unei lumi imaginare. Atât atunci când ne uităm la televizor, cât şi atunci când visăm, totul se petrece numai în interiorul minții noastre, diferența care rămâne este doar aceea că în actul

vizionării procesul imaginativ este controlat sau dirijat din exterior, pe când în stările alterate de conştiinţă acesta este dependent de starea psihică a persoanei respective sau de mişcările produse la nivelul conştientului şi inconştientului uman. Ţinând cont de toate acestea, putem înţelege mai bine adevărata natură a televiziunii, precum şi mecanismele care-i conferă o putere de sugestie şi de manipulare unică în istoria omenirii.

Concluzii

Televiziunea, ca tehnologie, creează o nouă realitate aflată între concretul sensibil şi imaginar, între real şi vis. Are un caracter obiectiv, deoarece toată lumea poate urmări acelaşi eveniment, film sau program, pe micul ecran. Ţine de lumea reală pentru că tot ceea ce vedem la televizor este construit şi transmis printr-o tehnologie, prin nişte maşini care funcţionează pe baza unor fenomene fizice de natură electrică sau electromagnetică, iar imaginile reproduc cu destul de mare fidelitate lumea reală.

Pe de altă parte, toată lumea care se desfăşoară în faţa ochilor noştri, pe micul ecran, nu este una reală. Imaginile sau plăsmuirea de lumină ce le alcătuieşte dispar dacă se întrerupe curentul sau se sparge ecranul. De asemenea, aceste imagini acţionează asupra minţii noastre sau sunt percepute de aceasta în acelaşi regim cu imaginile percepute în stările alterate de conştiinţă (vis, halucinaţii etc.).

Caracterul hibrid al lumii televizuale – o lume aflată între vis şi realitate – este poate una dintre cele mai bune explicaţii a puterii de fascinaţie şi seducţie de care dispune televiziunea în manipularea conştiinţei umane.

Pentru că percepţia este de tip halucinatoriu, imaginea TV fascinează, captivează şi implică puternic într-o experienţă care are mai puţin un caracter raţional, cât unul afectiv, emoţional şi chiar simţual. Filmul minţii este mai puternic impresionat decât în cazul unei experienţe cotidiene, obişnuite. De asemenea, pen-

tru că toate cele văzute la televizor sunt socotite realități obiective, primesc girul forului nostru de conștiință, putând astfel să treacă spre adâncul subconștientului, fără a fi scrupulos cenzurate.

Cu mult mai grav decât manipularea este însă faptul că, prin vizionarea TV, oamenii își cultivă cu obstinență, fără să-și dea seama, sensibilitatea pentru trăirea stărilor alterate de conștiință, pentru evaziunea în imaginar. Această problemă va fi dezbătută mai amănunțit în capitolele următoare, în contextul în care situarea vizionării TV în clasa stărilor alterate de conștiință are consecințe extrem de importante pentru viața psihică și religioasă a omului zilelor noastre.

A vedea înseamnă a crede

Impactul televiziunii este în întregime subconştient.

Marshall McLuhan 1972

V-aţi întrebat vreodată de ce suntem atât de puternic înclinaţi să credem în ceea ce vedem şi auzim la televizor? Să fie, oare, vorba despre *efectul de spirală,* consecinţă a înclinării naturale a omului de a adera la opinia publică, la ceea ce este deplin recunoscut de toată lumea? Sau, mai degrabă, se vădeşte aici nevoia omului de a se încrede în cineva, în ceva, tendinţa de a-şi pune destinul în mâna unei autorităţi, a unei instanţe care să-i ofere siguranţă?

Referindu-se la acest subiect, unii cercetători opinează că încrederea pe care televiziunea o trezeşte publicului este explicată de uriaşa forţă de sugestie pe care tehnologia audio-video o pune în mişcare. Dacă atunci când ne uităm la televizor undele cerebrale se încetinesc, ritmul alfa devenind predominant, mesajele televiziunii vor ajunge să penetreze cu atâta uşurinţă subconştientul telespectatorilor, insinuându-se ca veridice şi credibile.

Se ştie, de exemplu, că, proporţional cu prezenţa şi intensitatea undelor alfa în cortex, creşte sugestibilitatea, devenind posibilă schimbarea atitudinilor şi concepţiilor indivizilor. Cu acest ultim argument ne-am apropiat mult de definirea cadrului general care favorizează semnificativ credibilitatea lumii micului ecran. Cauza principală a acestui fenomen este însă alta.

Ca şi în cazul dramaticului, al efectului halucinatoriu şi al celui magic ce caracterizează televizualul, se pare că, în mod esenţial, forţa de persuasiune a televiziunii este cauzată tot de prezenţa imaginilor în mişcare, de prezenţa aşa-zisului efect de real. Televizorul dă telespectatorilor posibilitatea să vadă, şi, văzând, să creadă, căci în chip firesc omul are înclinarea de a se încrede

în ceea ce vede cu propriii ochi. Însuşi faptul că un lucru este văzut, observă F. Brune, îl face să fie evident; de altfel, etimologic vorbind, cuvântul „evident" în limba latină vine de la „ceea ce este vizibil".

„Imaginea, spune Brune, beneficiază de o prejudecată constantă: transparența ei față de realitate. Iată produsul, incontestabil: i se impune vederii. I se impune cu toate «calitățile» sale, bănuite ca puse în evidență când, de fapt, sunt puse în scenă. Valorificarea obiectelor apare ca deja făcută în simpla afirmare a realității lor prin fotografia publicitară: a arăta înseamnă a demonstra. Desigur, se ştie că imaginea e lucrată, cadrată, trucată; dar, nu contează. Unghiuri de fotografiere, planuri, plonjeuri, contraplonjeuri, ecleraje, contraste, focalizări şi perspective – toate sunt cunoscute: nu e mai puțin adevărat că până şi la spectatorul avertizat se menține un reflex de bază, acela de a da crezare celor văzute, de a se încrede în evidența primară a lucrurilor, «relevată» de imaginea acestora." (*Brune* 1993: 148)

Prin exercițiul vizual, prin retoricile justificative, prin efectele video şi sintaxa imaginilor, televiziunea nu numai că exploatează această sensibilitate sau tendință inconştientă a telespectatorului de a crede în ceea ce vede, ci o şi cultivă la maximum. Astfel, televizorul şi, în special, copilul şi părintele acestuia – publicitatea – „consolidează această încredere nemijlocită în imagine, încredere care determină adeziunea reflexă la lucruri. Regăsim aici principiul tautologiei: prin intermediul imaginii, ceea ce ni se arată este indiscutabil, sub motivul că nu se discută ceea ce este. Ordinea lucrurilor domneşte sub «lovitura» imaginilor frapante. Imediatețea, caracterul nemijlocit al sensibilului împiedică orice distanțare inteligibilă. Spiritul nu mai are decât a se supune puterii imaginilor, în fapt, putere a producătorilor lor" (*Brune* 1993: 149). „Întrebuințarea imaginii în publicitate se bazează pe acest postulat ca să zăvorască în el spectatorul: nu numai că a vedea înseamnă a crede, dar, foarte repede, e credibil doar ce e văzut."

(*Brune* 1993: 149) Prin urmare, vizionarea TV îl determină sau îl condiționează pe telespectator prin educarea subconștientului să se încreadă tot mai mult în imagine, în ceea ce vede la televizor, chiar dacă acea lume intră uneori în conflict flagrant cu realitatea. *Am văzut la televizor*, a ajuns argumentul principal pe care, chiar dacă nu toți îl formulăm explicit, îl avem ca justificare sau temei pentru multe din gândurile şi comportamentele noastre.

Ultimul aspect al încrederii pe care o inspiră televiziunea îl găsim dezvoltat în scrierile lui Martin Esslin. El afirmă că suspendarea neîncrederii *(disbelief)*, a cenzorului rațional, privind veridicitatea unor fapte, este o condiție pe care televiziunea o impune telespectatorului în trăirea empatică a dramei. Dramaticul, care guvernează lumea televizualului, impune suspendarea facultății critice pe perioada implicării şi participării, pentru a face posibil ataşamentul emoțional. Raționamentul, gândirea sau îndoiala detaşează, de aceea ei sunt cei mai mari duşmani ai actului dramatic, ai implicării în scenariile lumii televizuale.

„Toată drama, spune M. Esslin, depinde de acea suspendare a îndoielii (lipsa de încredere), care ne va face pentru scurt timp să acceptăm personajele pe care le vedem pe scenă ca ființe umane reale, astfel încât noi să ne putem identifica cu ele spre a experimenta bucuriile şi durerile lor, întreaga gamă a emoțiilor acestora. Televiziunea prelungeşte suspendarea lipsei de încredere. (...) Am putea crede, pentru o durată de trei ore, că Hamlet este o persoană reală, iar apoi suntem lăsați să reflectăm asupra caracterului său cu detaşare şi înțelegere critică. Personajul din film ne însoțeşte aproape zilnic pentru o perioadă ce poate dura ani şi ne devine atât de familiar, încât reflecția detaşată este inhibată sau dispare cu totul. Neîncrederea, *(disbelief)*, poate astfel deveni suspendată permanent." (*Esslin* 1982: 95)

Aşa cum remarca F. Brune, unul din principalele efecte ale televizionării este cultivarea permanentă a încrederii în imagine, în ceea ce vezi, eliminarea facultății critice şi urmarea cu tot mai multă docilitate şi încredere a sugestiilor micului ecran.

Magia televizionării sau despre tehnologizarea magiei

Realitatea virtuală ne-a deschis o fereastră magică spre alte lumi. La sfârşitul secolului XX realitatea a dispărut în spatele unui ecran. (...) Duhul a ieşit din sticlă şi, cum spunea Rheingold (Howard 1991), nu se mai poate întoarce vreodată înapoi.

Mihaela Constantinescu 2001

Şocul pe care televiziunea l-a produs la momentul apariției i-a determinat pe mulți din cei care luau prima dată contactul cu ea să o socotească drept un fel de vrăjitorie. Anii au trecut, şi oamenii s-au obişnuit cu noua tehnologie. Cu toate acestea, cuvintele „magie" şi „vrajă" au rămas printre cele mai des folosite, atunci când telespectatorii îşi manifestă uimirea în fața lumii fascinante a televizualului.

Începând cu anii '70, o seamă de cercetători ai fenomenului comunicării au descoperit că televiziunea nu poate fi gândită ca un mijloc de comunicare obişnuit. Cercetările au scos tot mai mult în evidență magnetismul sau misterioasa forță cu care aceasta se insinuează în subconştientul telespectatorilor, modelându-le gândirea şi comportamentul. Faptul cel mai grav, se arată în diverse studii, este acela că prin ea se operează asupra conştiinței umane anulându-se atât libertatea, cât şi discernământul telespectatorilor. Este vorba de un duşman care pătrunde pe furiş în casa minții, leagă rațiunea şi dinăuntru şopteşte sau comandă (după forța legăturii magice) anumite comportamente sau atitudini (*Namer* 1976). Oamenii încep prin a viziona nişte inofensive emisiuni TV şi ajung ca în final să se transforme cu totul: gândesc şi se poartă altfel, crezând că dorințele care îi

animă sau acțiunile pe care le întreprind le exprimă propria voință, când, de fapt, ele sunt dirijate de altcineva.

Având în vedere această îngrijorare crescândă, acest avertisment al oamenilor de știință, dar și al Bisericii, am găsit necesar să abordăm în această carte și problema efectului magic al televiziunii. Aceasta cu atât mai mult cu cât fenomenul în discuție este legat direct de ceea ce cercetătorii postmoderni numesc era unui nou tip de conștiință și a unui nou mod de a fi: ciberidentitatea sau ciberprezența.

În ciuda faptului că nu au existat perioade în istorie în care să nu fi fost folosite cuvintele „magie" și „vrajă", astăzi se poate sesiza cu ușurință o creștere semnificativă a ponderii pe care acestea o au în limbajul omului modern, creștere direct proporțională cu răspândirea practicilor magice. Sensul în care sunt întrebuințate nu mai corespunde însă aceluia pe care îl aveau în trecut. În cultura modernă, secularizată sau scientizată, cuvintele „magie" și „vrajă" sunt folosite mai mult în sens metaforic, pentru a desemna calitatea unei persoane sau a unei imagini, pentru a seduce sau pentru a fascina. Când folosește cuvântul „magie", omul modern, mai cu seamă occidentalul, nu anunță un pericol, nu înfricoșează, așa cum se întâmpla mai demult, ci, dimpotrivă, stimulează curiozitatea, incită la experierea acelei realități care manifestă o atracție misterioasă. Pentru acest om, lipsit prin secularizare de o cultură religioasă și de credință, actul magic ajunge să fie cea mai facilă și seducătoare experiență „religioasă".

Mergând cu câteva generații în urmă, observăm că fenomenul desemnat de cuvântul „vrajă", era perceput într-un mod cu totul diferit. Magia era cunoscută ca un proces ce vizează influențarea unor comportamente sau stări de lucruri prin intermediul unor operațiuni legate de prezența sau lucrarea spiritelor sau a demonilor – puteri misterioase ascunse și descătușate de cuvinte, gesturi sau acte magice, prin care se poate controla viața

oamenilor. Dar pentru a nu fi acuzați de subiectivism în tratarea acestui subiect, nu ne vom întemeia analiza care urmează pe părerea comună, profană, ci îi vom cita pe aşa-zişii specialişti, pe magicieni sau pe teoreticienii acestei „ştiințe".

Înainte de a trece mai departe, pentru a face o introducere în cazuistica pe care se fundamentează suspiciunea unei influențe magice realizate prin intermediul imaginilor TV, vom reda două cazuri paradigmatice pentru această temă.

Puterea fantasmelor

Iată mărturisirea Joanei, o femeie în vârstă de 42 de ani, măritată şi cu trei copii, privind „fericirea" sau drama pe care idolul ei mediatic o face să trăiască:

„Când mă aflu în momentele cele mai intime împreună cu soțul meu, îmi imaginez că este Barry Manilow. Tot timpul. Şi apoi, după aceea, când îmi dau seama că soțul meu nu este Barry Manilow, îmi vine să plâng. În aceste momente este de obicei întuneric, şi atunci reuşesc să-mi ascund lacrimile. Li se întâmplă şi la foarte mulți alți oameni. Nu am realizat la cât de mulți până nu am intrat în legătură cu fanii lui Barry. Mulți dintre ei sunt căsătoriți şi au aproximativ vârsta mea, se simt la fel şi fac acelaşi lucru. Este reconfortant să ştiu că nu sunt singura. Dar, cu toate acestea, uneori nu este uşor. Poate fi foarte, foarte tulburător. Pentru că uneori, pe lângă toate acestea, am un sentiment teribil de vinovăție... Cred că este acelaşi gen de lucru pe care oamenii îl obțin din religie. Nu pot să explic acest fapt mai mult decât atât. Dar ei obțin în mod evident ceva de la Dumnezeu care îi ajută în viețile lor. Şi Barry este – poate că nu ar trebui să o spun, dar asta e ceea ce simt – acelaşi gen de lucru. El mă ajută în viața mea. Dar nu este numai asta, pentru că sunt în acelaşi timp atrasă de el. Cu siguranță, sunt atrasă de el. Este ceea ce aş numi o iubire neîmpărtăşită. În imaginația mea, el este iubitul meu.

Este prietenul meu atunci când sunt deprimată. Este acolo şi pare a sluji drept ceva de care am nevoie pentru a mă descurca în viață." (*Thompson* 2000: 212)

Ce legătură există între experiența Joanei, a altor milioane de fani de pe tot cuprinsul globului şi vizionarea TV? Care sunt mecanismele psihologice pe care vederea la distanță le pune în mişcare pentru a se produce această adevărată vrăjire colectivă în urma căreia mulțimi de oameni ajung să idolatrizeze un personaj mediatic, mai mult o prezență fantomatică, ficțională decât un om real?

***

În urmă cu doi ani, un băiat de numai 13 ani şi-a înjunghiat surioara de 9 ani, influențat de un film pe care-l văzuse la televizor. Băiatul, care locuia într-un bloc din Alexandria (județul Teleorman), era un copil cuminte, spun vecinii. „Nu făcea probleme şi nu era violent. Îşi iubea sora şi nu ieşea din cuvântul tatălui său. Defectul lui era o prea mare slăbiciune pentru filme. În timp ce alți copii se jucau, el fugea să vadă HBO-ul". Prietenii băiatului spuneau că acesta prefera filmele de groază şi de aventuri, iar de la o vreme mergea noaptea prin casă cu ochii deschişi şi, întrebat fiind după aceea, el spunea că a visat.

Iată mărturia tatălui celor doi copii: „Tocmai o culcaserăm pe Mihaela după ce ne-am uitat la o comedie. Cristian se dusese la culcare mai devreme în sufragerie, acolo dormeau amândoi copii, fiind mai cald. Ne spusese: «Noapte bună!» şi mi s-a părut că este liniştit. Am apucat să dormim o jumătate de oră, după care am auzit urlete şi horcăieli. Când am vrut să aprind lumina, am văzut-o pe Mihaela în cadrul uşii. Mi-a căzut în brațe şi am simțit sângele cum îi curgea pe mâini. Era străpunsă în spate cu cuțitul de 7 ori. În timp ce Mihaela țipa şi se chinuia să trăiască, Cristian a fugit. L-am găsit mai târziu în capul scărilor. Mi-a povestit că nu ştie nimic, doar că era în acea mantie neagră, cu mască pe față la fel ca într-un film".

Mai târziu, băiatul a povestit că s-a văzut mai întâi cum mergea într-o negură. Era îmbrăcat într-o mantie neagră şi avea o mască albă trasă pe faţă. A văzut-o pe sora sa şi cineva i-a spus că trebuie s-o omoare. A înfipt cuţitul în ea de 7 ori. Băiatul a spus că doar a visat că şi-a omorât sora. Filmul pe care-l văzuse cu câteva zile înainte era *Scream 3*, în care un maniac mascat omoară mai multe persoane.

Cum se poate ca un copil paşnic să se transforme peste noapte într-un criminal? Se poate vorbi despre manifestarea unei adevărate puteri magice pe care ficţiunea TV o exercită în timp asupra minţii copiilor sau a oamenilor? Sau cazurile prezentate anterior sunt doar nişte fenomene izolate deloc relevante pentru efectele pe care televiziunea le are asupra minţii oamenilor? Acestea sunt doar câteva din întrebările la care ne vom strădui să răspundem în rândurile care urmează.

Ce este magia?

Tratatele de specialitate arată că principala caracteristică a magiei este aceea că nu operează prin constrângere exterioară, ci oarecum dinăuntrul minţii omului.

Prin mijloacele sale specifice, magia urmăreşte să-l determine pe om să-şi dorească, până la obsesie, să facă sau să obţină exact ceea ce procesul magic vrea de la el, chiar dacă acel lucru este împotriva intereselor sale. În esenţă, arată Culianu, „magia se adresează în primul rând imaginaţiei umane în care încearcă să suscite impresii persistente" (*Culianu* 1999: 20). Scopul ultim este să-i lege pe oameni, conştiinţele acestora, să determine anumite comportamente şi acţiuni, să-i influenţeze pe indivizi şi societatea umană.[7]

---

7 După G. Bruno şi M. Ficino, magicienii îşi aruncă plasele, urzelile şi capcanele fantastice pentru prinde în ele indivizii, minţile celor înspre care este îndreptată acţiunea magică. (*Culianu* 1999: 128).

Atacul pe care îl dă magul are loc la nivelul imaginației unde nu numai că se instaurează prin vrăjire imaginea unui lucru sau acțiuni – cele țintite de mag – ce devine o prezență incitantă pentru subiect, dar unde se şi dezvoltă imaginar strategii posibile în vederea realizării acelui act.

Deşi imaginile joacă rolul principal în procesul de vrăjire, motorul care pune în mişcare imaginația, care determină făptuirea este dorința. De aceea imaginile nu sunt simple sau neutre, ci sunt legate de o dorință, aceea a cărei satisfacere este promisă, dacă sunt îndeplinite acțiunile sugerate sau poruncite de actul magic. Această satisfacție este garantată sau pregustată în chiar trăirea plăcerii senzuale pe care aceleaşi imagini o induc în suflet. Spre exemplu, omul pătimaş este aproape tot timpul urmărit de obiectul pasiunii lui (băutura, banii, femeia sau bărbatul idolatrizat), chiar dacă el conştientizează sau nu acest lucru. Mintea lui este stăpânită în mare măsură de scenariile prin care ar putea obține acel lucru sau de închipuirea plăcerii pe care i-o va aduce intrarea în posesia lui. Gândindu-se la bani, omul împătimit de aceştia gustă imaginar plăcerea pe care o va simți atunci când îi va avea sau când îi va cheltui în anumite scopuri. Această pregustare, deşi satisface într-o anumită măsură dorința, nu face altceva decât să hrănească şi mai mult pofta dezvoltând-o.

Prin urmare, personajul central al acțiunii magice este acea imagine (zămislită în minte sau primită din afară) legată de o anumită dorință şi care-l leagă pe om, la nivel imaginar, de un anumit comportament. O asemenea imagine, marcată de o anumită intenționalitate, (dorința pe care o incită), care are în mod potențial capacitatea de a mişca mintea în direcția sugerată de actul magic, este cunoscută în tratatele de magie sub numele de fantasmă, iar în scrierile ascetice ale Bisericii sub acela de nălucire, vedenie sau închipuire.

Aşadar, în principal, procesul magic constă în proiectarea unor fantasme în mintea subiectului, imagini care pot ațâța dorința

într-atât, încât individul este condiționat să urmeze, comportamentul dictat de actul magic. „Toate mijloacele de persuasiune pe care le desfăşoară magicianul sunt tot atâtea mijloace magice pentru legarea celuilalt" (Culianu 1999: 128).

Poate fi identificată vizionarea TV cu un act magic?

Operează televiziunea la nivelul imaginației umane, manipulând-o sau modelându-o după voia ei? Proiectează ea imagini în mintea oamenilor, în subconştientul oamenilor? Au aceste imagini puterea de a stârni dorințe şi de a incita la anumite comportamente?

Având în vedere obiectivele declarate ale magiei, schițate în rândurile anterioare, oricare telespectator ar putea, în baza experienței personale sau a intuiției, să răspundă la aceste întrebări. Dat fiind faptul că un asemenea răspuns poate fi bănuit de subiectivitate, vom aminti doar câteva dintre constatările oamenilor de ştiință legate de efectele televiziunii ce au fost prezentate, de altfel, în primul volum al acestei cărți.

Televiziunea acționează cu precădere la nivelul imaginației, favorizând o percepție imaginativă specifică stărilor alterate de conştiință – vis, delir, stări halucinatorii. Cunoscutul neuropsiholog american H. Krugman concluzionează că: „Televizorul are puterea unică de a modela imaginația umană" (McLuhan 1997: 358). Neuropsihologii Emery, de la Universitatea de Stat din Canbera, demonstrează că „informația primită de la televizor intră nefiltrată în memorie, nefiind disponibilă pentru analiza conştientă", iar doctorul Peper afirmă: „Este probabil să reacționăm la ea mai târziu, dar fără să ştim la ce reacționăm de fapt. Când ne uităm la televizor ne antrenăm să nu reacționăm şi aşa, mai târziu, facem lucruri fără să ştim de ce le facem şi de unde ne-au venit în minte" (*Mander* 1978: 210).

Ca mijlocul cel mai puternic de persuasiune apărut vreodată în istoria umanității, televizorul este folosit îndeosebi pentru crearea unor atitudini (politice, consumatoriste, sociale). De altfel, întreaga industrie a publicității are scopul de a condiționa, de a crea anumite nevoi, de a-i influența pe telespectatori atât la nivelul conştientului, cât, mai cu seamă, la cel al subconştientului, să cumpere acele obiecte sau servicii care, în retorica televiziunii, promit confortul, plăcerea şi fericirea.

Având în vedere toate acestea, televiziunea ar putea fi socotită pe drept cuvânt un instrument magic ideal sau, după definiția dată magiei de Giordano Bruno, „un instrument psihologic infailibil pentru manipularea maselor şi a individului uman, (...) care-i îngăduie magicianului să-şi realizeze visul de Stăpân universal" (*Culianu* 1999: 129).

Vom încerca, în paginile următoare, să analizăm mai amănunțit modul în care televiziunea influențează magic mintea omului modern, fără intenția de a o stigmatiza, ci pentru a clarifica mecanismele pe care se bazează această magie a televizualului şi pentru a preveni asupra pericolului pe care aceasta îl reprezintă pentru viața întregii societăți.

Inițial, am refuzat să descriem etapele procesului magic pentru a nu înmulți chiar noi răul făcându-i cunoscută lucrarea, însă am depăşit această rezervă gândindu-ne că oricum magia teoretică sau aplicată a ieşit deja din ascunzişurile caselor secrete, a cărților inițiatice, devenind teorie sau practică socială, mecanism publicitar, divertisment sau chiar învățătură recunoscută oficial şi promovată prin toate mişcările de tip New Age. Prezența activă a acestei „ştiințe" în mediile culturale ale vremii şi faptul că tot mai mulți oameni sunt practicanți sau victime ale ei, ne-a determinat să încercăm a lămuri mecanismele pe care se întemeiază acțiunea magică a televiziunii, pentru a conştientiza răul care inundă imaginarul colectiv precum şi mintea fiecăruia dintre noi.

Giordano Bruno[8] în lucrarea sa *De vinculis* („Despre legături, în general") tratează modul în care poate fi legat sau vrăjit individul sau mulțimea de oameni. El arată că acest proces de vrăjire este constituit din patru etape

I. „aplicarea" legăturii magice („atacul" îndreptat împotriva imaginației);

II. „crearea legăturii propriu-zise" (*Culianu* 1999: 138): (canalizarea imaginației spre obiectivul urmărit de magician);

III. „atracția care rezultă de aici" (este vorba de puterea dorinței, intensificarea acesteia până la dominarea completă a minții);

IV. „plăcuta folosire a obiectului" (făptuirea sau îndeplinirea de către cel vrăjit a actelor sugerate de magician, lucrare care, în retorica lui Bruno, era desemnată ca plăcută, deoarece satisfăcea dorința arzătoare ațâțată de fantasme în mintea subiectului).

Vom trata în continuare fiecare etapă a procesului magic, observând, în paralel, în ce măsură acestea pot fi recunoscute în efectele vizionării TV.

Etapa I.
Aplicarea legăturii magice – atacul

a. Invazia subconştientului. G. Bruno arată că în prima etapă a „aplicării legăturii" magice este necesar ca momelile, imaginile sau închipuirile să pătrundă în interiorul minții, chiar în cele mai adânci locuri ale ei (subconştient), de unde vor putea influența şi controla procesul magic.

Din acest punct de vedere, televizorul este un instrument ideal. „Înainte de oricare alt efect, observă J. Mander, televiziunea plasează imagini în mintea noastră." (*Mander* 1978: 210)

---

8 Giordano Bruno este unul din cei mai importanți apărători ai „culturii evului fantastic", teoretician şi practician al magiei, al folosirii tehnicilor magice în scopul manipulării indivizilor şi a mulțimii. Vezi (*Culianu 1999:* 92-96).

b. Văzul și auzul. În mentalitatea comună, procesul magic ar fi mediat îndeosebi de acțiunea spiritelor cu care colaborează magii, dar în tratatele ce descriu acest proces se acordă un rol fundamental văzului şi auzului, deşi pentru omul modern acestea nu pot fi decât surse obiective ale informării sau percepției realității. „Acțiunea magică – ne spune G. Bruno – are loc printr-un contact indirect prin sunete şi figuri care-şi exercită puterea asupra simțului văzului şi al auzului" [9].

Este evident faptul că, pentru a ajunge să incite imaginația, televiziunea operează exclusiv asupra văzului şi auzului. Mai important de observat însă este faptul că privarea senzorială pe care o condiționează vizionarea TV favorizează o puternică excitare a fanteziei prin văz şi auz, inducând o stare alterată de conştiință, o stare mentală în care lucrarea magicului este mult înlesnită.

c. Înrâurirea imaginației. „Văzul şi auzul nu sunt însă decât porțile secundare prin care vânătorul de suflete, magicianul, își poate introduce legăturile (înlănțuirile) şi momelile.[10] Intrarea principală a tuturor operațiunilor magice este de fapt fantezia[11], singura poartă a afectelor interne şi legătură a legăturilor"[12]. Aşadar, este esențial ca mesajul să ajungă să provoace, să controleze sau să canalizeze imaginația. Magia nu are ca scop, după G. Bruno, decât „să dirijeze emoțiile altora alterându-le imaginația într-un mod specific şi permanent"[13].

„Când te uiți la televizor – afirmă J. Mander – toate capacitățile tale de creare de imagini devin latente, dispar în imaginea TV. Televiziunea intervine propriu-zis între tine şi propriile imagini, substituindu-se lor. Odată ce imaginile TV sunt înlăuntrul tău, ți se întipăresc în memorie, devin ale tale." (*Mander* 1978: 240) Televiziunea este nu atât un mediu educațional şi

9 G. Bruno, *Theses de magia*, XV, vol III, apud (*Culianu* 1999: 132).
10 G Bruno, *De vinculis in genere*, III, p. 669, apud *Ibidem*, p. 154.
11 G. Bruno, *De Magia III*, p. 452, apud *Ibidem*, p. 154.
12 G. Bruno, *De Magia III*, p. 452, apud *Ibidem*, p. 133.
13 G. Bruno, *De vinculis in genere*, III, p. 669, apud *Ibidem*, p. 154.

de comunicare, cum ne-am dori să credem, cât „un instrument care plasează imagini pe tărâmul inconştient al minții. Te fixezi pe imaginile în mişcare şi, pe măsură ce pătrund în tine te aduc în imposibilitatea de a te împotrivi, şi, astfel, cedezi în fața lor. Imaginile altora le înlocuiesc pe cele proprii, dobândind drepturi egale cu acestea. Lucrul cel mai înfricoşător legat de televiziune este faptul că prin intermediul ei se interferează în capacitatea omului de a crea imagini, se intervine între om şi imaginea concretă a lumii înconjurătoare" (*Mander* 1978: 216).

Procesul de influențare a imaginației oamenilor de către televiziune este surprins într-o mulțime de studii de specialitate. Concluziile neuropsihologilor sunt clare: „Televiziunea are puterea de a modela conținutul imaginației oamenilor, fapt ce le determină comportamentul şi concepțiile" (McLuhan 1997: 358).

d. Credulitatea subiecților. Pentru a putea înşela rațiunea, magul trebuie să beneficieze din partea subiectului de o „credință pasivă", adică de o încredere, de o deschidere sufletească față de mesaj sau față de mag. Fără această încredere este foarte posibil ca rațiunea circumspectă să refuze momeala, iar actul magic să eşueze. „Credința este condiția prealabilă a magiei, spune G. Bruno: nu există operator-magician, medic sau profet care să poată săvârşi ceva fără să întâlnească o credință prealabilă în subiect"[14]. În acest sens, G. Bruno arată că ignoranții, a căror rațiune nu este atât de trează sau lucidă, sunt mai uşor de vrăjit.

„Este cu atât mai uşor să-i legi de tine pe aceşti oameni care au cele mai puține cunoştințe. La ei puterea sufletului se rânduieşte şi se deschide în aşa fel încât lasă să treacă impresiile provocate de tehnicile operatorului, deschizându-le larg acele ferestre care la alții sunt mereu închise. Operatorul are căi lesnicioase pentru a crea toate legăturile pe care le voieşte: speranța, compasiunea, teama, iubirea, ura, indignarea, mânia, vioiciunea etc."[15]

14 G. Bruno, *De Magia III,* p. 452, apud mitropolitul (*Culianu* 1999: 135).

15 G. Bruno, *De Magia III,* p. 453-454, apud *Ibidem,* p. 135.

Argumentul fundamental al televiziunii în câştigarea interesului telespectatorilor este *imaginea în mişcare*. Văzând cu proprii ochi, oamenii sunt înclinaţi să creadă tot ceea ce văd, mai cu seamă atunci când ceea ce vizionează reprezintă punctul de vedere oficial, recunoscut de toată lumea. Chiar dacă ştim că multe din cele pe care le vedem la televizor sunt ficţiuni, înclinăm să credem pentru că în cuprinsul acelor mesaje ni se sugerează persuasiv că toate acelea ar putea fi reale.

Cu cât ne uităm mai mult la televizor, cu atât mai mult înclinăm să credem în veridicitatea celor văzute, deoarece mesajele noi sunt recunoscute, familiare sau confirmate în lumina celor deja vizionate. Practic, proporţional cu timpul alocat vizionării TV pe parcursul anilor lumea micului ecran devine tot mai credibilă ca fiind înrudită cu cea pe care o purtăm deja în minte, făcând cumva parte din noi şi recunoscându-ne în ea. Când suntem mici, credem pentru că nu ştim că tot ce vedem poate să nu fie adevărat, iar când ne maturizăm, credem pentru că deja acele imagini se înrudesc sau ne amintesc de lumea copilăriei cunoscută prin ochiul micului ecran.

În fine, înclinăm să ne încredem în mesajul TV pentru că mintea noastră, de-a lungul vizionării, se află într-o *stare de semihipnoză*, cu facultăţile critice mult diminuate, dar cu o sensibilitate la sugestie mai mare ca oricând. Cu cât suntem mai dependenţi de televizor, cu atât mai mult vom avea tendinţa de a ne încrede în această autoritate sau instanţă care în societatea modernă a substituit aproape toate celelalte autorităţi (a familiei, a Bisericii, a şcolii etc.)

e. Ocolirea raţiunii. Pentru ca fantasmele (imaginile dorinţei) să se poată furişa în minte şi să se imprime cu putere în lucrarea imaginaţiei, este nevoie, pe de o parte, de adormirea, de înşelarea raţiunii şi, pe de altă parte, de provocarea emoţiei. Se pare că raţiunea joacă în mintea omului un rol de paznic care are şi menirea de a filtra, de a cenzura influenţele străine, îngăduindu-le

să pătrundă şi să influenţeze viaţa omului în măsura în care acestea nu par să-i primejduiască liniştea, libertatea şi valorile.

Alterarea proceselor raţionale, produsă de televiziune prin diminuarea puternică a activităţii emisferei stângi de-a lungul vizionării, a fost prezentată pe larg în primul volum al acestei lucrări[16]: Din studiile de neuropsihologie rezultă că activitatea raţională (logica şi discernământul) din timpul vizionării TV aduce mai mult cu cea întâlnită în stările de hipnoză şi vis decât cu cea din starea de veghe. Aşadar, însăşi natura tehnologiei video sau a comunicării pe care aceasta o presupune favorizează reducerea activităţii raţionale sau pătrunderea în minte a imaginilor fără o temeinică cercetare sau analiză a acestora. Cercetătorii Emery de la Universitatea din Canberra afirmă: „Televiziunea inhibă conştiinţa, iar înţelegerea conţinutului este minimalizată" (Zingrone 2001). „Procesele de gândire şi discernământ sunt în cel mai bun caz semifuncţionale în timpul vizionării" (*Mander* 1978: 205).

f. Mesajul trebuie să aibă o puternică încărcătură emoţională. G. Bruno insistă asupra faptului că imaginile care vrăjesc trebuie să fie încărcate emoţional (emoţii, afecte, pasiuni puternice), „fantasme voluptoase" capabile să influenţeze puternic „simţul intern al minţii" celui vrăjit spre a avea forţa de a se imprima în memorie trecând mai întâi prin „poarta imaginilor afective"[17].

În încercarea de a slăbi atenţia raţiunii, momeala aruncată de mag propune ca dovadă a bunei sale intenţii plăcerea sau emoţia pozitivă pe care ea însăşi o induce sau o promite pentru sufletul subiectului. Magii, ca şi psihanaliştii de astăzi, ştiu că atunci când o imagine sau o experienţă produce o emoţie

---

16 Imaginile în mişcare ce nu lasă timpul necesar reflecţiei, blocând astfel procesul analizei, tendinţa de evadare în imaginar pe care o produce privarea senzorială inerentă vizionării, predominarea efectului emoţional asupra procesului raţional sunt doar trei dintre factorii care contribuie la o intensă stare de pasivitate mentală, la o reducere drastică a gândirii active.

17 G. Bruno, *Sigillus sigillorum 22-23*, apud (*Culianu* 1999: 145).

puternică, aceasta se va imprima cu putere în subconştient. Cu cât creşte gradul implicării afective, cu atât imaginea respectivă va fi mai activă în lucrarea ei în subconştient, mult mai implicată în deciziile sau în gândurile noastre conştiente.

Prin urmare, pentru ca procesul magic să aibă eficacitate, imaginile şi sunetele care „intră prin deschizăturile simțurilor – spune G. Bruno – trebuie să imprime imaginației anumite afecte de atracție sau repulsie, de plăcere sau dezgust" (*Culianu* 1999: 133). Imaginile transmise – fantasmele –, insistă magicianul renascentist, nu trebuie să fie „inerte", ci „colorate de pasiuni inspirând deja prin chiar existența lor simpatia sau antipatia, iubirea sau ura"(*Culianu* 1999: 174), pentru a se putea fixa astfel cu putere în mintea noastră şi, mai cu seamă, chiar în intimitatea lumii subconştientului.

În ceea ce priveşte televiziunea, atât neuropsihologii, cât şi cercetătorii conținutului programelor TV (*Postman* 1985)constată acelaşi lucru: *Impactul televiziunii este unul puternic emoțional sau dramatic*. În aceasta constă, de fapt, secretul forței de captivare a lumii TV.

Odată cu diminuarea proceselor raționale, pe parcursul vizionării TV, neurologii constată o intensificare a proceselor emoționale (afective) din cauza faptului că activitatea cerebrală ajunge să se concentreze preponderent asupra emisferei drepte (a sistemului limbic), care răspunde de recunoaşterea automată a imaginilor şi de procesele de tip afectiv (*Moore* 2001: 59-66).

O carte sau un spectacol de teatru, observă Leonard Shlain, nu seduce în aceeaşi măsură imaginația afectivă precum o face vizionarea TV, deoarece implicarea cititorului sau a spectatorului este în acest caz una activă, întrucât suntem implicați cu toate simțurile în actul cunoaşterii, şi nu doar imaginativ, ceea ce înseamnă o stimulare a gândirii şi a discernământului, lucru care poate cenzura, stăvili sau estompa o implicare emoțională puternică (*Shlain* 1999).

În concluzie, deschiderea largă a porților subconştientului, introducerea minții umane într-o stare alterată de conştiință, alterarea semnificativă a procesului imaginativ, creşterea sugestibilității, a credulității, diminuarea gândirii active şi stimularea implicării emoționale pe parcursul vizionării TV sunt factorii principali ce favorizează o aşa-zisă înrâurire magică a minții umane, o adevărată vrăjire prin televizor.

„Imaginile de film sau de televiziune, spune Gerard Namer, se adresează dincolo de rațiune, direct gândirii magice: la cinema sau la televiziune, sensibilitatea este afectată fără ca facultatea de judecată să poată interveni, subiectul reacționează fără a fi perceputâ intenția mesajului."(Tudor 2001: 75)

Etapa a II-a.
Crearea legăturii propriu-zise canalizarea imaginației spre obiectul urmărit de actul magic

a. Autonomia fantasmelor. În cadrul acestei etape, fantasmele care s-au strecurat în minte, primite fiind cu plăcere de aceasta, dobândesc un anumit relief, o existență de sine sau o autonomie în interiorul subconştientului, atât față de sursa care le-a produs (în cazul nostru televizorul), cât şi față de minte (*Culianu* 1999: 140). „Fantezia este adevărată şi ea acționează în mod real – afirmă G. Bruno –, ea poate realmente exercita o constrângere asupra sufletului. Pătrunde deopotrivă în subiect prin poarta imaginației, ajunge la facultatea cognitivă, determină afectivitatea şi îndeamnă subiectul la plăcere"[18].

Este momentul când nălucirile încearcă să-şi alieze rațiunea, să o convingă să lucreze împreună cu ele, căci numai astfel, arată Giordano Bruno, acestea pot subjuga sufletul (*Culianu* 1999: 133).

---

18 G. Bruno, *De vinculis in genere,* III, p. 669, apud, *Ibidem,* p. 154.

b. Subordonarea rațiunii. De ce au nevoie fantasmele de însoțirea rațiunii? Poate pentru că aceasta, trezindu-se, s-ar putea opune străinilor (imaginile) care au inundat mintea, respingându-le atacul. Sau poate pentru că înrobirea rațiunii nu se poate realiza decât dacă la început ea se învoieşte singură la jocul şi la lucrarea fantasmelor.

În această etapă, înrâurirea nălucirilor care au invadat sufletul omului este mult mai mare. Ele nu mai constituie o apariție timidă în spațiul minții, ci o prezență tot mai intensă care îndeamnă la plăcere.

Prin intensificarea dorinței care o subjugă, rațiunea devine treptat din aliată tot mai mult subordonată comandamentelor sau puterii fantasmelor. Însăşi condiția de aliată prevesteşte robia, deoarece încă de acum rațiunea urmează lucrarea impusă de fantasme.

c. Incitarea dorinței. În momentul în care puterea rațională (cugetarea) se pune în slujba unei imaginații alterate de acțiunea străinilor care au pătruns în minte, ea începe a-şi aduce contribuția la procesul magic, prin dezvoltarea unor scenarii mentale – adevărate filme sau telenovele ale satisfacerii dorințelor. Forța sau motorul care pune în mişcare rațiunea, instrumentul sau mijlocul cel mai eficace de care se folosesc fantasmele în înrâurirea sau constrângerea acesteia nu este altul decât dorința. De aceea în tot ceea ce fac fantasmele nu urmăresc, de fapt, decât creşterea tensiunii dorinței.

Persoana a cărei minte a fost năpădită de închipuiri legate de pofta sexuală se va trezi adesea construind, chiar dacă nu totdeauna conştient, scenarii mentale ale cuceririi unei femei anume sau a uneia în general. Mintea începe să fie cutreierată de astfel de secvențe ce pot varia de la poveşti romanțioase de dragoste până la violuri, gradul depinzând de intensitatea dorinței născute de acest exercițiu imaginar al închipuirilor.

În concluzie, ceea ce caracterizează etapa a doua este autonomia pe care imaginile o dobândesc în interiorul minții, putând-o influența prin construirea, în colaborare cu rațiunea şi imaginația subiectului, unor scenarii mentale ce vizează satisfacerea acelei dorințe. Este numită „etapa legăturii", deoarece acum se naşte efectiv legătura magică, intensificându-se preocuparea minții pentru o anumită imagine sau dorință, preocupare care se dezvoltă până la nivelul unei legături permanente între minte şi acțiunea respectivă.

Se poate vorbi despre naşterea unei legături de natură magică între telespectator şi lumea TV?

Eric Peper, cercetător în domeniul testării electroencefalografice, afirmă că: „Partea îngrozitoare în cazul televiziunii este că informația, imaginile ajung la noi, dar noi nu reacționăm la aceste mesaje. Ele intră direct în memoria interioară şi probabil că reacționăm la ele mai târziu, dar fără să ştim la ce reacționăm de fapt; facem lucruri fără să ştim de ce le facem şi de unde ne-au venit în minte" (*Mander* 1978: 206). Dovada faptului că, în urma vizionării, fantasmele în interiorul minții dobândesc o *autonomie* şi o *lucrare proprie* ne-o furnizează întreaga industrie a publicității. Sutele de miliarde de dolari investiți anual în reclamele TV arată eficiența acestora.

Nu mai este un secret astăzi modul prin care reclamele, mai cu seamă cele de la televizor, îşi împlinesc cu prisosință misiunea care le-a fost încredințată. Ținta urmărită de publicitatea este, în esență, *crearea şi stimularea dorinței spre dobândirea unei plăceri sau a unui obiect,* exact ceea ce urmăreşte să facă şi magia.

Procesul de alterare a rațiunii, după ce fantasmele s-au furişat în adâncul minții, se desfăşoară în cazul telespectatorilor, concomitent din două direcții: din interiorul subconştientului, ca

presiune a unor dorințe care înrâuresc cumva judecata rațională, și din exterior, prin intermediul scenariilor și imaginilor pe care omul le primește în continuare în actul vizionării, scenarii care răspund dorințelor secrete deja sădite. Practic, scenariile mentale ale satisfacerii dorinței, care – în cazul vrăjirii – joacă un rol esențial în supunerea rațiunii de către fantezie sau dorință, sunt în cazul vizionării TV înlocuite în mare parte de celelalte filme și experiențe fantastice (imaginare) primite prin intermediul televizorului. Sau se poate spune că televiziunea devine cea mai importantă sursă de inspirație, un adevărat pedagog pentru rațiunea și imaginația telespectatorului în construirea scenariilor satisfacerii plăcerii. Judecata omului, slăbită și subjugată prin plăcerile și justificările pe care filmele sau programele TV le oferă este deja prizonierul acestui mecanism.

Faptul important de remarcat în cazul privitului la televizor este acela că rațiunea nu mai trebuie convinsă de fantasmele interioare să construiască mental scenariile satisfacerii dorințelor. Acestea sunt deja pregătite și interpretate perfect în cadrul filmelor artistice de oameni vii, actori care trăiesc în lumea noastră. Astfel că aceste scenarii, având avantajul de a nu fi numai niște simple închipuiri, se vor impune minții cu forța și autoritatea pe care le-o coferă realul sau recunoașterea publică a obiectivității lor.

Proiecția, empatia și identificarea sunt lianții legăturii magice inițiate prin vizionarea TV

Pentru ca fantasmele să se imprime cu putere în subconștient, este nevoie nu numai de o puternică stimulare a emoțiilor, dar și de participarea subiectului la acțiunea desfășurată pe micul ecran. Această participare constituie temeiul sau liantul fixării filmului respectiv în mintea noastră, deoarece prin ea omul își deschide sufletul, se încredințează acelei experiențe. Participarea

este condiția de bază a creării legăturii, căci prin ea se obține mărturia complicității noastre.

Jean Cazeneove demonstrează faptul că vizionarea TV nu înseamnă o pasivitate totală a telespectatorului, ci, mai degrabă, o captare și orientare a atenției și emoției lui în direcția acțiunii de pe micul ecran. Deși inițiativa personală este anulată precum în cazul hipnozei, telespectatorul este puternic implicat, până la uitarea de sine, în lumea TV. Cum se întâmplă această manipulare a inițiativei și a implicării emoționale a telespectatorilor în direcția dorită?

Procesele de proiecție, identificare și empatie sunt cele care explică, după Jean Cazeneove, legătura care se stabilește între lumea TV și mintea telespectatorilor. „Proiecția – transpunerea dorinței secrete a visului în persoana eroului de pe micul ecran, identificarea – suprapunerea fictivă a individualității proprii peste aceea a modelului și empatia – intruziunea bazată pe simpatie, în psihomentalul personalității care, de la televizor, iradiază forță și autoritate – cimentează legătura dintre telespectator și mijlocul său de informare favorit". (*Cazeneuve* 1974, apud *Tudor* 2001: 20)

Televiziunea se pare că are mai mult decât oricare alt mijloc capacitatea de a activa proiecția, identificarea și empatia făcându-l pe telespectator să experimenteze cu o intensitate emoțională deosebită trăirile celor de dincolo de sticla ecranului TV. În fața televizorului experimentăm plăcerea, durerea, întristarea sau mânia, sentimente de răzbunare sau efuziuni de afecțiune, ca și cum ne-am afla înlăuntrul acelei lumii sau, mai mult, ca și cum am trăi prin acele personaje sau ele ar trăi în noi.

Oamenii nu mai trebuie să-și închipuie povești de dragoste sau cum să ajungă puternici, bogați, ci doar să și le însușească de pe micul ecran, să se încreadă în ele, să le trăiască intens. Trebuie numai să găsească în mulțimea programelor TV pe acelea care satisfac cel mai bine așteptările sau dorințele zămislite de

lumea fantastică (imaginară), pe care deja o purtăm în subconştient. Iar arhitecţii lumii televizualului, exploatând mecanismele psihologice descrise anterior, vor avea posibilitatea de a substitui parţial prin personajele micului ecran subiectivitatea noastră, şi prin aceasta vor putea guverna şi modela gândurile, sentimentele şi stările noastre sufleteşti conform propriilor interese.

Adesea fantasmele aleg pentru noi

Atunci când deschidem televizorul, avem impresia că suntem liberi să alegem după propria voinţă un anumit program. Cel mai adesea însă, mai ales în cazul televizomanilor, al celor dependenţi de telecomandă, nu noi alegem, ci fantasmele care ne sunt deja sădite în minte aleg pentru noi acele emisiuni (filme, divertisment etc.) care ne satisfac cel mai bine dorinţele pe care ele însele le-au aprins deja în suflet.

Această legătură dintre lumea fantastică sădită de televizor în sufletele noastre, dintre dorinţele pe care ea le cultivă şi lumea imaginilor TV, care vine să satisfacă aceste pofte într-un perimetru imaginar, este, prin excelenţă, o relaţie de tip magic. Raţiunea, principala putere a sufletului uman, ajunge captivă, prinsă între scenariile din afara minţii (de la televizor) şi cele dinăuntru, mişcându-se între dorinţele născute în minte prin vizionare şi satisfacerea lor prin intrarea în empatie cu personajele de pe micul ecran.

Odată cu apariţia televiziunii, scenariile sau modelele de satisfacere a dorinţelor nu mai trebuie construite individual în spaţiul intim al propriei conştiinţe (cel mai adesea în istorie sub oprobriul moralei publice), ci ele devin modele culturale şi comportamentale prin forţa şi autoritatea pe care le-o conferă apariţia la televizor, recunoaşterea publică. Prin televiziune, aceste scenarii care provoacă şi satisfac dorinţa, aşa-zisele fantasme, inundă minţile a milioane de oameni.

Astfel, prima caracteristică a magiei televiziunii poate fi găsită în faptul că actul vrăjirii nu mai este individual, izolat, ci unul de natură colectivă. Trăim vremurile în care o mare parte a populației lumii ajunge să fie implicată mental, să participe la realitatea virtuală a acestui vis colectiv generat prin televizor. „Televiziunea, spune Martin Esslin, a creat un produs care poate fi numit «mașina visării» căci televizorul aduce un proces neîntrerupt de visare colectivă, de fantezii colective în casele noastre. Aceasta este caracteristica esențială a televiziunii" (Berger, 1997:1 31).

Etapa a III-a.
„Atracția" sau intensificarea dorinței

În această etapă a procesului magic, dorința se dezvoltă foarte mult ocupând o suprafață tot mai mare din câmpul de preocupări ale individului, ajungând până la a domina complet mintea omului. Incitarea și amplificarea dorințelor este lucrarea esențială a magiei, a nălucirilor plasate sau născute în interiorul minții, căci numai acestea îl pot împinge cu putere pe om, din interiorul subconștientului, spre satisfacerea lor și, prin aceasta, spre a urma voința magicianului manipulator.

„Acolo unde este vorba de eros (n.n. pasiune sau legătură), spun magicienii Renașterii, este vorba de dorință. Acolo unde este vorba de dorință este vorba de potolirea ei (...). Dorința nu este decât urmărirea unei fantasme ce aparține lumii imaginare (...). Preliminariile dorinței constau în instalarea fantasmei (imaginilor) înlăuntrul subiectului (...). Această fantasmă va avea facultatea de a trezi voința ațipită" (Culianu 1999: 68), pentru a o propulsa în direcția obținerii plăcerii.

Fantasmele stimulează pofta, iar aceasta atrage zămislirea altor închipuiri, imagini sau gânduri la nivelul conștiinței, care, înrudite cu primele, chiar dacă se ascund sub alte chipuri, nu

urmăresc decât hrănirea dorinței. Astfel vedem că întreaga mișcare magică inițiată de nălucirile strecurate în interiorul minții nu urmărește decât creșterea poftei, până la nivelul la care aceasta se va satisface prin faptă.

Prin televizor, dorința se poate consuma integral într-un perimetru fantastic

Tratatele de magie scrise în perioada Renașterii consemnează și o altă modalitate de satisfacere a dorinței, de continuare a procesului magic decât făptuirea sau obținerea fizică a plăcerii. O serie de magicieni susțineau atunci că erosul sau dorința poate sau trebuie „să se consume integral într-un perimetru fantastic" (Culianu 1999: 68). Adică alte și alte jocuri fantastice de ațâțare și totodată de potolire imaginară a dorințelor deveneau scopul acestei magii. Plăcerea se poate consuma în spațiul imaginar al minții, fără a mai fi nevoie de a o traduce în faptă, susțin aceștia. Acest mecanism sau fenomen magic caracterizează și se regăsește cel mai bine actul vizionării TV.

Ne uităm la televizor și ne identificăm cu diversele personaje, suntem mai puternici, mai bogați, întreținem relații amoroase, ne răzbunăm, și astfel, lumile respective de care ne-am lipit inima mai mult sau mai puțin, gustând imaginar plăcerea ce ne-o promit, se înrădăcinează adânc în noi. Acolo, în inima noastră, se nasc dorințele. Multe dintre ele sunt nedeslușite, inconștiente. Altele, chiar dacă pot fi simțite și identificate ca atare, rămân nemărturisite chiar în fața propriei conștiințe din cauza rușinii pe care ne-o trezesc, venind în conflict cu morala, cu situația noastră socială sau familială. Treptat, aceste dorințe prind un glas tot mai puternic, justificându-se și impunându-se forului nostru interior. Chiar dacă sunt sau nu conștientizate pe deplin, ele ne vor împinge permanent spre acele comportamente care le aduc satisfacție.

Acest lucru nu este însă la îndemână pentru cei mai mulți dintre telespectatori. Este greu sau imposibil pentru un om căsătorit, bărbat sau femeie, mai cu seamă când are copii şi o anumită vârstă să înceapă să caute alți parteneri de viață „amoroasă", aidoma cu eroii din filme. Pe de altă parte, câți dintre noi ne putem permite luxul, maşinile, confortul sau puterea celor de pe micul ecran? Pentru bătrânii săraci, orizontul de obținere a plăcerii, fie ea sexuală sau de alt fel, a bogăției, a forței fizice sau a puterii este foarte redus. Astfel, complexul de dorințe şi aşteptări pe care-l sădeşte televiziunea în chip magic în mintea omului este dificil sau, practic, imposibil de satisfăcut în viața reală.

Femeile nu pot avea o siluetă şi o înfățişare atât de provocatoare, o viață lipsită de griji, confortul, plăcerile şi bogăția vedetelor din filme, chiar dacă uneori recurg la regimuri drastice de slăbire, operații estetice, gimnastică, haine etc. Bărbații nu pot avea muşchii, farmecul, banii, puterea, autoritatea şi eficacitatea celor de pe micul ecran. Nu putem rămâne veşnic tineri şi neatinşi de griji, probleme, boli când trebuie să ne trăim viața, să muncim, să ne întemeiem o familie. Orice am face, nu putem concura cu eroii de la televizor. Nu pentru că nu ar fi oameni şi ei, ci pentru că viața lor este o permanentă luptă sau investiție în imaginea pe care trebuie să şi-o formeze. Ei nu sunt în realitate nici atât de frumoşi sau bogați şi aproape niciodată atât de fericiți sau biruitori pe cât apar pe micul ecran. *Rolul lor este doar să sugereze perfecțiunea, să contribuie la crearea imaginii, la aprinderea imaginației şi a dorinței telespectatorilor de a fi şi ei la fel.*

Toate acestea fac ca ecranul care a inițiat procesul magic prin însămânțarea şi ațâțarea dorințelor să devină unica sursă de satisfacere a lor. Ani de zile, poate pentru tot restul vieții, tot mai mulți oameni găsesc în lumea micului ecran, prin proiecție, identificare şi empatie, realizarea proiectelor de viață sau dobândirea

plăcerilor dorite. Astfel, ca şi în şcoala de magie amintită de Culianu, în cazul televizorului, erosul se satisface prioritar într-un perimetru fantastic. Femeile căsătorite trăiesc imaginar adevărate poveşti de dragoste prin intermediul telenovelelor, aspirând sau cultivându-şi astfel în închipuire o viață aventuroasă, plină de plăceri şi confort, liberă de obligațiile vieții de familie. Tinerii şi tinerele îşi părăsesc aşezarea lor cuminte şi sănătoasă identificându-se cu personaje ca Madona sau Rambo, bătrânii, cu neputințele vârstei, săraci şi poate singuri, găsesc posibilitatea de a se înfrupta imaginar prin vizionarea TV, din toate „bunătățile" sau plăcerile imaginare pe care le trăiesc pe micul ecran cei de toate vârstele. Trebuie precizat că în fața actului magic nu există diferență de vârstă. Pentru tânăr sau bătrân, fantasmele şi dorințele din minte au aceeaşi consistență şi forță. Iar dacă este vorba de potolirea dorinței prin consumarea ei doar în perimetrul fantastic, nu şi prin faptă, atunci cu toții se află în aceeaşi situație. *Oamenii ajung să fie cu atât mai dependenți de televizor, cu cât este mai redusă posibilitatea lor de a-şi satisface în viața de toate zilele poftele aprinse de nălucirile ce le cutreieră mintea.* Aceasta în cazul în care nu vor ajunge să-şi împlinească dorințele sau să-şi potolească glasul fantasmelor care le tiranizează mintea, prin băutură, drog sau sexualitate obsesivă.

Continuând descrierea etapei a treia a vrăjirii minții, trebuie spus că în acest stadiu nu mai este vorba doar de un joc de urmărire a unor scenarii mentale produse de mişcarea imaginilor şi a dorințelor ațâțate. Acum rațiunea deja însoțeşte sau se subordonează fantasmelor în construcția de strategii privind satisfacerea plăcerii. Omul începe în chip inconştient sau conştient să caute oportunități pentru împlinirea dorințelor ascunse şi, de asemenea, justificări sau argumente în fața propriei conştiințe sau a celorlalți din jurul său. Într-un fel sau altul, se pregăteşte sau se creează cadrul şi tensiunea făptuirii.

Spectrul acțiunii magice de la cumpărarea unui detergent până la săvârşirea unei crime

În etapa a treia, ca şi în cele de mai înainte, există mai multe nivele sau grade de intensitate în dominarea minții de către lumea fantasmelor. De o influență magică se poate vorbi şi atunci când oamenii sunt condiționați prin mesajele publicitare vizionate să cumpere un lucru mărunt, cum ar fi un detergent sau o pastă de dinți, dar şi atunci când fantasmele sădite în minte prin vizionarea repetată a unor filme de groază îi împing la crimă. Deşi numai cel de-al doilea caz este socotit în genere ca o influență magică, între cele două situații diferența nu este decât de grad, şi anume, cât de avansat este procesul de influențare magică sau de posedare a minții.

Există lucruri mărunte pe care suntem îndemnați să le dobândim prin dorințele ce ne-au fost inoculate în minte prin înrâurirea imaginației, fără a fi totuşi obsedați de obținerea lor. Spre exemplu, reclamele sădite în subconştient ne fac să simțim necesară cumpărarea unei haine, a unui aparat, deşi practic nu am avea nevoie de ele. Aceste acțiuni, neintrând puternic în conflict cu propria conştiință, le vom înfăptui fără mari rețineri, considerându-le neînsemnate.

Odată însă ce obiectele dorinței sunt mai greu de obținut, intrând în contradicție cu moralitatea şi conştiința individului, atunci procesul de vrăjire pentru a avea eficacitate trebuie să fie mai îndelungat. Dar ca să ajungă omul să săvârşească o crimă sau un viol este nevoie ca fantasmele să dobândească o asemenea putere, încât să înrobească până la orbire rațiunea şi voința subiectului.

În primul stadiu, oamenii vor avea proiectate în minte, prin intermediul publicității, anumite obiecte, fără a fi conştienți de aceasta. Atracția se va manifesta atunci când, văzând într-un supermarket obiectul respectiv, vor simți nevoia să-l cumpere. „Când cercetările lui Mulholland au fost publicate, observă Wess

Moore, au avut un impact puternic asupra industriei de televiziune (...). Realizând că telespectatorii intră automat într-o stare de transă semihipnotică atunci când privesc la televizor, producătorii au început să producă reclame care trebuiau să inducă stări şi dispoziţii emoţionale inconştiente telespectatorilor. Scopul reclamelor nu este să apeleze raţionalul sau conştientul, ci mai degrabă să implanteze dispoziţii pe care consumatorul le va asocia cu produsul întâlnit în viaţa reală. Când vedem produsul expus în magazine, acele emoţii pozitive sunt activate", iar noi, atraşi spre cumpărarea lui. (*Moore* 2001: 60)

În cel de-al doilea stadiu, influenţa magică ajunge să cultive la nivelul conştiinţei o nevoie oarecare, ca de exemplu dorinţa de a avea o maşină scumpă, o mobilă nouă sau alt lucru pentru care omul trebuie să se lupte, să facă sacrificii ca să-l obţină, deşi, repetăm, acel lucru nu-i este strict necesar.

Se pot astfel distinge o mulţime de situaţii sau grade de vrăjire care cresc în intensitate proporţional cu importanţa sau gravitatea actului dictat de fantasmele inconştientului, cu conflictul pe care acest act îl creează între ceea ce îi comandă fantasma şi glasul conştiinţei. Starea pătimaşă a băutorilor, a celor obsedaţi de sex, a celor care se droghează constituie un ultim nivel de influenţare, care poate fi adâncit însă până la întunecarea totală a minţii, până la distrugerea persoanei respective.

Înainte de a vedea în ce măsură în cazul vizionării TV se poate ajunge la un grad avansat de vrăjire a minţii, la aşa-zisa posedare a ei de fantasmele dorinţei, vom sublinia câteva aspecte legate de un anumit mecanism de influenţare magică, utilizat pe larg în contextul societăţii mediatice.

Manipularea atitudinilor ca fenomen magic

Prin vizionarea îndelungată, pe parcursul anilor, sădesc în mintea omului seminţele unui adevărat câmp de dorinţe care definesc sau modelează atitudini sau modele comportamentale ca-

racterizate prin dorința de a fi independenți, autonomi, tendința de a ne răzvrăti permanent împotriva tuturor normelor, de a avea cât mai mulți bani şi lucruri sau de a fi dominați de un erotism obsesiv. Cu alte cuvinte, aceste dorințe îl pot îndrepta pe om către un tip de comportament care vizează o permanentă satisfacere a lor, comportamente favorabile, desigur, grupurilor de interese ce controlează mass-media. Astăzi în lumea întreagă şi în SUA îndeosebi se investesc sute de milioane de dolari în cercetările ce urmăresc schimbarea de atitudine. În anul 1990, în America existau peste 200 de periodice care se ocupau numai de această temă.[19]

Aşadar, actele magice de modelare a imaginarului individual şi colectiv, pe care G. Bruno le teoretiza în Renaştere, sunt ridicate astăzi la rangul de ştiință, având o recunoaştere publică. Sunt alocate imense sume de bani pentru cercetarea şi aplicarea acestor tehnici magice în societate, prin intermediul mass-mediei vizuale.

De ce poate fi socotită manipularea de atitudine un act magic? Pentru că „specialiştii", prin formarea sau schimbarea atitudinilor, nu urmăresc altceva decât modelarea subconştientului uman, astfel încât oamenii, fără să-şi dea seama, în mod „liber", să gândească, să simtă, să aleagă conform programului ideologic prestabilit şi instalat în subconştientul indivizilor.

Psihologul Gerard Namer apreciază că „manipularea exploatează abil dihotomiile rațiune-sensibilitate, conştient-inconştient, luciditate-imaginar (...). O imagine selectată şi direcționată în prealabil intră în rezonanță cu pulsiunile abisale, le stimulează şi le fructifică în sensul dorit, «se insinuează» ca un «îndreptar secret» sau «voce lăuntrică», obligându-l pe individ să vrea, să fie, să facă, să se comporte aşa cum i se induce subtil" (*Tudor* 2001: 75).

---

19 Este vorba de folosirea unor tehnici de modelare sau configurare a universului interior uman, prin care oamenii ajung să-şi dorească ei înşişi să întreprindă actele sugerate, îndeosebi, unele consumatoriste.

Faptul că mass-media, în special televiziunea, are un efect magic asupra minții umane, implantând în subconştientul mulțimilor comportamente consumatoriste sau programe ideologice, făcându-i pe oameni să-şi dorească cu putere să facă exact ceea ce sunt condiționați, nu mai este astăzi un secret, ci constituie chiar mecanismul pe care se întemeiază industria publicitară şi procesul politic.

Din cele spuse până acum se poate naşte întrebarea: cât de departe poate să meargă acest proces al vrăjirii prin televiziune, care sunt consecințele sale ultime? Se poate ajunge până la întunecarea totală a minții şi chiar la deposedarea subiectului de orice inițiativă, precum se întâmplă în magie?

Cultura fanilor sau neoidolatria

După cum s-a putut constata, etapa a treia a procesului magic este aceea a „atracției puternice", în care dorința condiționată de fantasme creşte până la ocuparea întregului spectru de interese sau preocupări ale subiecților. Acum este momentul în care fantasmele pot dobândi o putere cu adevărat tiranică asupra minții. Ele ajung să colonizeze, să domine viața subconştientă şi conştientă, să captiveze întreaga atenție. Omul devine astfel obsedat de satisfacerea dorinței pe care fantasmele i-au ațâțat-o la maximum. „Fantasma obiectului dorit, arată Marsilio Ficino[20], duce o existență proprie cu atât mai neliniştitoare, cu cât există un soi de vampirism asupra tuturor celorlalte fantasme şi gânduri ale subiectului. Dilatarea morbidă a activității sale (n.n. fantasma), în efectele ei, poate fi numită concentrare şi posedare în aceeaşi măsură: concentrare, pentru că toată viața interioară a subiectului se reduce la contemplarea unei singure fantasme; po-

20 Marsilio Ficino, astrolog, psiholog neoplatonician şi magician renascentist, este cunoscut pentru scrierile sale din domeniul aşa-zisei magii „spirituale" sau „naturale" şi chiar al demonologiei. Vezi (*Culianu* 1999: 208).

sedare pentru că acest monopol fantastic este involuntar, iar influența lui colaterală asupra activităților psiho-fizice ale subiectului e din cele mai vătămătoare"(Culianu 1999: 59). Este situația celor împătimiți de băutură, bogăție, droguri, sexualitate sau de oricare patimă ce presupune o astfel de legătură.

Satisfacerea plăcerii fie în perimetrul fantastic, fie prin faptă nu va micşora tensiunea psihică decât temporar pentru ca, ulterior, aceasta să crească şi mai mult. Este un drum fără sfârşit, căci dorința nu apare ca o necesitate firească[21], nu are o cauză naturală, ca să înceteze odată cu atingerea scopului, ci este provocată de fantasmele din minte care nu numai că nu slăbesc sau nu se potolesc prin obținerea plăcerii, prin satisfacerea dorinței, ci chiar se hrănesc, cresc în putere, devin adevărate fiare care ne luptă din interior.

„Adevăratul subiect, mereu prezent al erosului (atracția dorinței), observă Culianu, este fantasma care a pus stăpânire pe oglinda spirituală şi nu o mai părăseşte. Dar această fantasmă reprezintă o imagine percepută, care a depăşit pragul conştiinței, iar motivul pentru care a luat asemenea dimensiune zace în stratul cel mai profund al inconştientului uman. În situația vrăjirii minții, nu-l iubim în mod obiectiv pe celălalt, o ființă străină nouă înşine, gândeşte Ficino anticipând psihologia analitică a lui Jung. *Suntem îndrăgostiți de o imagine inconştientă.*"[22]

Acest fenomen, care în urmă cu câteva sute de ani se manifesta numai în aria restrânsă a practicilor magice, având mai mult un caracter individual, a devenit astăzi, odată cu dezvoltarea mijloacelor de comunicare în masă, unul colectiv care marchează viața a nenumărați oameni. J.B. Thomson, în lucrarea *Media şi Modernitatea,* analizează cauzele apariției acestui fenomen în cadrul „culturii" fanilor.

---

21 Pofta de a mânca ceva poate fi socotită o dorință naturală atâta timp cât omul este nemâncat. Ea poate fi însă şi o dorință nenaturală fantasmatică, pătimaşă când omul, sătul sau îmbuibat fiind, se gândeşte obsesiv la mâncare.

22 Marsilio Ficino, *Am., VI, 6,* apud (*Culianu* 1999: 59).

Care este motivul pentru care astăzi milioane de oameni, aşa-zişii fani[23], îşi definesc sau redefinesc existenţa, vestimentaţia, comportamentul, activitatea, priorităţile şi preferinţele după cele ale idolului mediatic? Ce face ca un om străin, un actor, un cântăreţ, un jucător de fotbal sau un VIP al zilei să ajungă să se afle în centrul preocupărilor mentale şi existenţiale ale altor oameni, mai mult decât proprii fraţi, părinţi şi prieteni, mai mult decât propriul sine şi chiar decât Dumnezeu? Cum se poate ca un cântăreţ precum Barry Manilow – eroul povestirii Joanei, prezentat la începutul capitolului – să nască nu numai un act de idolatrie, ci un adevărat cult la care participă mii de oameni[24]?

Explicaţia fenomenului este găsită de J.B. Thomson în faptul că, în general, comunicare mediatică – cvasi-interacţiunea mediată – dă individului posibilitatea de a se relaţiona imaginar cu alţi oameni, cu alte situaţii, substituind viaţa reală uneia fantastice,

---

23 „Termenul este el însuşi o prescurtare a lui «fanatic» şi a fost folosit, probabil, pentru prima dată, la sfârşitul secolului al XX-lea, pentru a-i desemna pe spectatorii entuziaşti ai sportului. Deşi termenul «fan» este adesea folosit astăzi într-un mod larg descriptiv, el nu şi-a pierdut în întregime conotaţia de fervoare religioasă, de frenezie şi de pasiune demonică, transmisă de derivaţia lui etimologică." (*Thompson* 2000: 210)

24 Ibidem: „Cei care i-au studiat pe fani au reliefat faptul ca lumea fanului este adesea o lume socială complexă şi foarte structurată, cu propriile ei convenţii, cu propriile ei reguli de interacţiune şi forme de expertiză, cu propriile ei ierarhii de putere şi de prestigiu, cu practicile ei de canonizare, cu diviziunile ei între cognoscente şi amator, fan şi non-fan şi aşa mai departe. Lumea fanului poate fi dependentă de produsele industriilor mass-media care sunt în general disponibile, dar aceste produse sunt preluate, transformate şi încorporate într-un univers simbolic structurat, locuit doar de fani. Prin fanii cei mai devotaţi, acest proces transformator poate deveni extrem de elaborat, sfârşind prin crearea unor întregi genuri noi de cărţi, de casete video, de opere de artă etc., care, deşi parazitare în raport cu produsele mass-media originale, le depăşesc adesea cu mult. Dar participarea la lumea fanului admite, adesea, forme mai puţin elaborate. Scrisorile schimbate între fani sunt adesea pline de cuvinte codificate şi de o cunoaştere ezoterică ce transformă lumea fanului în ceva special: o lume care este separată de lumea comună a non-fanilor, care, deşi se pot uita la aceleaşi programe şi pot asculta aceeaşi muzică sau citi aceleaşi cărţi, nu şi-au organizat propriile vieţi în jurul acestor activităţi şi nu le-au făcut un aspect integrant al percepţiei de sine".

în care fantasmele media găsesc astfel terenul propice instalării şi proliferării în mintea şi în sufletul oamenilor.

„Aflat la distanţă, întâlnit în principal prin mass-media, Barry Manilow este un obiect maleabil al afecţiunii, un partener chemat mai mult sau mai puţin după voie şi care poate fi modelat conform propriilor aşteptări, sentimente şi dorinţe ale Joanei. Este un partener în legătură cu care însăşi distanţa faţă de contextele practice ale vieţii de fiecare zi este una dintre sursele atracţiei sale persistente, deoarece tocmai această distanţă îl ridică, îl ţine deoparte, făcându-l, în acelaşi timp, permanent disponibil într-o formă mediată sau imaginară şi care îi dă Joannei posibilitatea de a şi-l imagina aşa cum i-ar plăcea să fie" (*Thompson* 2000: 211).

Cu alte cuvinte, eroul de pe micul ecran are şansa de a deveni un idol nu numai pentru faptul că mass-media îl pune în această lumină, cât şi pentru că telespectatorii, neintrând într-o relaţie personală cu acesta, îi pot idealiza chipul. Fantasma idolului mediatic se poate cu uşurinţă instala şi dezvolta în minţile telespectatorilor atâta timp cât relaţia cu ea este una fantastică, imaginară, cât timp ea nu poate să dezamăgească prin manifestarea slăbiciunilor proprii fiinţei umane. Idolii micului ecran pătrund astfel în panteonul mental sau sufletesc a nenumăraţi telespectatori care, în timp, „ajung să constate că propria viaţă le scapă de sub control" (Thompson 2000: 215).

De fapt, partenerul sau idolul Joanei nu este cântăreţul B. Manilow, ci o fantasmă care împrumută chipul acestuia, nu un om, ci o imagine inconştientă care, după cum observă magii Renaşterii, poate „pune stăpânire pe oglinda spirituală a sufletului şi să nu o mai părăsească" (*Culianu* 1999: 59). Chiar dacă faptul de a fi fan debutează printr-un joc, pleacă de la un act admirativ sau de la nevoia de a găsi o modalitate plăcută de a petrece vremea, de a te distra, cu timpul ajunge să fie o necesitate, „adică o formă de activitate care devine obligatorie şi din care individul

nu mai poate scăpa după voie". Fantasma ajunge să semene în suflet tot mai multă confuzie, nelinişte şi chiar durere. (*Thompson* 2000: 211)

„Faptul de a fi fan, observă J. Thompson, poate înceta treptat să fie o activitate care e aleasă, o activitate printre numeroasele activităţi care cuprind angajamentele practice ale sinelui; ea poate deveni o activitate fără de care cineva nu poate trăi. Istoria sinelui devine împletită cu istoria celuilalt într-un asemenea mod, încât ele nu mai pot fi evaluate separat. «Starul exprimă ceva care e foarte real pentru tine şi, astfel, iei acel lucru drept tine. Şi ajungi prins în viaţa lui» – această perspectivă, exprimată de o fostă fană a lui David Bowie, surprinde modul în care apropierea reflexivă a materialelor simbolice mediate poate deveni o preocupare obligatorie pentru celălalt, o preocupare în care sinele îşi pierde treptat controlul. «Dar eşti altă persoană – continuă să spună ea, reflectând asupra experienţei ei de fan – cu o altă istorie de povestit»." (*Thompson* 2000: 215)

Ceea ce în Renaştere constituia un fapt excepţional, un produs tipic al magiei şi chiar al lucrării demonice, comportamentul fanului devine un fenomen psihologic şi sociologic la ordinea zilei în viaţa societăţii mediatice. Deşi nu toată lumea ajunge la experienţa unui fan de genul Joanei, la un grad atât de avansat de vrăjire, vizionarea TV şi, mai nou, comunicarea prin Internet fac posibilă o experienţă mentală, fantastică similară, cu consecinţe deosebit de grave. La câţi dintre telespectatori nu li s-a întâmplat să se îndrăgostească de un personaj de televiziune, de un actor sau de un cântăreţ, rezervându-i un loc ales în spaţiul sufletului, conversând imaginar cu acesta sau trăind o adevărată poveste de dragoste având-l ca partener. Câţi nu şi-au luat drept model, nu s-au raportat la viaţa de zi cu zi precum au văzut că o fac eroii îndrăgiţi sau chiar idolatrizaţi de pe micul ecran! Mulţi nici măcar nu mai conştientizează acest fapt în condiţiile în care de mici au crescut scufundaţi în mediul fantas-

tic al televiziunii, unde eroii micului ecran au fost cunoscuți ca nişte personaje reale, împreună cu care, imaginar, au trăit multe clipe plăcute.

Efectele acestui fenomen sunt înfricoşătoare; poate cele mai importante şi mai grave dintre cele pe care televiziunea le produce în viața omului modern. Dat fiind faptul că lucrarea magică a fantasmelor TV este, în primul rând, cultivarea dorințelor şi în mod special a celor erotice, primul efect asupra căruia ne vom opri atenția este *erotizarea imaginației*.

Erotizarea imaginației sau rolul fantasmelor în disoluția vieții de familie

După cum s-a putut constata în cazului Joanei, instalarea fantasmelor erotice în mintea telespectatorilor şi conlucrarea cu acestea conduc la subminarea relației de dragoste, la eşec în căsnicie şi, în consecință, la nefericire. Practic, exact opusul a ceea ce promit fantasmele că vor aduce dacă le este ascultat glasul. Toate acestea se întâmplă deoarece niciodată omul real nu va putea răspunde aşteptărilor sau dorințelor pe care un personaj imaginar – fantasma, un construct ideal pentru satisfacerea plăcerii egoiste – le-a sădit în mintea şi în sufletul partenerului de viață.

Adolescenții înaripați de imaginație, nerăbdători să-şi materializeze în propria viață povestea de dragoste pe care, mult prea devreme, în chip fantastic, şi-au construit-o şi consumat-o imaginar sub impactul culturii TV, nu mai sunt capabili să se îndrăgostească de omul concret pe care-l au în față, ci, cel mai adesea, nu fac decât să proiecteze asupra acestuia imaginea ideală pe care o poartă în minte – fantasma de care sunt „îndrăgostiți”. În cazul acesta, tânărul, trăind mai mult în interiorul propriei fantezii înconjurat de o lume ireală, se aruncă or-

bește într-o relație zisă „de dragoste" sau chiar într-o căsătorie cu un om pe care de fapt nu îl cunoaște, cu un străin. Cu timpul, deziluzionat de faptul că celălalt nu este așa cum și-l imagina, apar frustrările sau regretul. Chiar și atunci când vor reuși să găsească ceva bun în soțul lor, reușind să devină mai apropiați, și atunci fantasmele vor submina această relație prin propunerea cu insistență a unui ideal la care partenerul de viață nu se poate conforma.

Soții sau soțiile victime ale unei iubiri imaginare cu un personaj de telenovelă vor fi tot mai nemulțumiți unul de altul, context în care orice conflict sau ceartă devin posibile. Cine își poate imagina oare că soțul sau soția îl înșeală cu o vedetă, cu un personaj fictional sau cu un produs al reveriei care, zi după zi, an după an, surpă tot mai profund relația de dragoste sau de prietenie, înstrăinându-l de omul pe care-l iubește? Cine poate bănui că adevăratul dușman, cel care trăiește în mod adulter cu propria soție, în propria casă este un produs fantastic sădit de mass-media în imaginația acesteia?

Mulți vor continua să trăiască, asemenea Joanei, „drama" de a fi împreună cu un om care nu corespunde idolului purtat în minte. Pentru alții însă această nefericire nu mai poate fi îndurată, situație în care orice pretext poate fi bun pentru despărțire. Altcineva va fi căutat pentru împărtășirea iubirii, însă, din păcate, atâta vreme cât neliniștitoarea fantasmă a bărbatului, a femeii sau „a iubirii ideale" rămâne ascunsă în adâncul minții și chiar este hrănită în continuare prin vizionare sau reverii, noua relație este dintru început sortită eșecului.

Câmpul fantastic de dorințe și așteptări, sădit și răsărit prin lucrarea fantasmelor în mintea oamenilor, persistând și dezvoltându-se, pe parcursul anilor, va crea un fond permanent de nemulțumire și frustrare a indivizilor care, prin forța lucrurilor, trebuie să se confrunte cu o lume complet diferită de aceea pe care o poartă în minte. De fapt, cel mai grav lucru în acest

stadiu de vrăjire a minții prin vizionarea TV îl constituie dezordinea pe care fantasmele-imagini, ce hrănesc dorințe neîmplinite, simțăminte neîmpărtăşite, senzații de tot felul o instaurează în minte.

Tirania fantasmelor

În cadrul celei de a treia etape, omul este din ce în ce mai puțin capabil să-şi controleze imaginația. Este momentul când mintea nu se mai poate odihni, fiind bombardată permanent de imagini ce urcă din subconştient, de scenarii de obținere a plăcerii care nu mai pot fi oprite să se desfăşoare în fața ochiului interior. Fantasmele stăpânesc rațiunea pe care o pun să le slujească şi să întreprindă ceea ce în mod normal omul ar fi refuzat ca inacceptabil, dar tirania fantasmelor produce un adevărat chin atunci când nu te supui lor.

Trebuie să observăm că la acest nivel plăcerea nu mai este definitorie ca mobil al acțiunii omului vrăjit. Apare dorința sau necesitatea resimțită dureros de subiect de a se elibera prin făptuire de tensiunea, stresul sau chiar teroarea pe care fantasma o produce în lipsa obiectului sau a comportamentului pe care ea îl reclamă. Este un fapt cunoscut în lucrările de psihologie ce îi vizează pe consumatorii de droguri că, în stadiul dependenței, aceştia afirmă că nu atât plăcerea este aceea care-i atrage către droguri, cât uriaşa suferință şi tensiune psihică, un vierme care le circulă prin minte (fantasmele) şi-i îndeamnă să se drogheze. Adesea, omul care ucide nu face acest lucru pentru obținerea unei plăceri, cât pentru a domoli, ascultându-le glasul tiranic, tirania fantasmelor care-i impun aceasta. Împlinirea actului aduce un moment de uşurare sau relaxare, după care începe un alt coşmar.

Pentru a putea răspunde la întrebarea: Cât de departe poate merge vrăjirea minții prin televizor? – trebuie mai întâi să observăm, în contextul expunerii anterioare, un simptom care

caracterizează tot mai mult viața psihică a omului modern. Este vorba de mulțimea de imagini și gânduri ce invadează și stăpânesc mintea oamenilor, care nu le mai lasă pacea și liniștea necesare refacerii și organizării vieții interioare.

„Psihiatrii, observă Mander, declară că este în creștere numărul oamenilor care se plâng că nu-și mai pot liniști mintea. Oamenii nu-și mai pot face mintea să alunge imaginile și gândurile obsesive și să înceteze frământarea lor. Chiar și în timpul somnului sau al altor experiențe care presupun relaxarea, eliberarea de tensiunea gândurilor, mintea continuă să fie preocupată obsesiv de acestea." (Mander 1978: 213) În acest context s-au înmulțit atât schizofreniile, cât și alte boli care înainte erau foarte rare, dar care au luat astăzi dimensiuni epidemice, devenind unul din principalele subiecte de discuție în forurile medicale de specialitate. Proliferarea bolilor sau a afecțiunilor psihice datorate scăpării de sub control a imaginilor ce invadează mintea este un indiciu al faptului că ceva se întâmplă la nivelul facultății imaginative a omului contemporan.

Telespectatorul se obișnuiește să primească imaginile din exterior, să nu și le mai construiască singur. Mintea sa este tot timpul plină de imagini, însă, după cum observă J. Mander, „este plină de gândurile și imaginile obsesive ale altora" (*Mander* 1978: 210). Rezultatul acestei renunțări la imaginile proprii în favoarea celor de la televizor nu înseamnă decât diminuarea, până la pierderea completă a controlului procesului imaginativ.

Care este consecința acestui fenomen pentru viața psihică a omului modern? Instalarea unei continue stări de oboseală și epuizare mentală, apariția unor boli psihice și nervoase, depresiile și insomniile sunt urmările cele mai probabile în condițiile în care imaginile și gândurile nu mai lasă timpul necesar odihnei și refacerii minții. Dincolo de toate acestea și poate cel mai grav, pe acest fond de oboseală generală, de scădere a atenției, de biciuire a simțurilor cu dorințe și plăceri împlinite sau nu, apare posibili-

tatea ca imaginile sau fantasmele ce cutreieră mintea să dobândească, prin mecanismele magice prezentate anterior, o putere covârşitoare, tiranică asupra minţii, stăpânindu-o.

Întunecarea minţii prin televizionare

În urma pierderii controlului asupra imaginaţiei, din cauza vizionării permanente, imaginile care tiranizează mintea telespectatorilor nu mai au un caracter neutru, întâmplător, iar noi nu mai suntem doar spectatorii detaşaţi ai unui straniu şi sâcâitor spectacol interior. Este vorba, mai curând, de dezvoltarea întregului proces magic, în care imaginile împing individul spre anumite stări de spirit, spre anumite gânduri obsesive şi spre comportamentele ce decurg din acestea.

Creşterea numărului de crime şi sinucideri, de acte infracţionale fără mobil sau explicaţie, adesea neconştientizate la momentul făptuirii, puse în legătură cu vizionarea TV, constituie cea mai bună dovadă a faptului că televiziunea, ca un adevărat instrument magic, poate duce până la întunecarea şi posedarea minţii telespectatorului.

În urmă cu aproape doi ani, într-unul din orăşelele româneşti, un bărbat împreună cu soţia sa urmăreau un film la televizor. Certându-se pentru o ţigară, bărbatul ia cuţitul de pe masă şi-l înfige în spatele soţiei sale care va muri după câteva ceasuri la spital, odată cu pruncul de 7 luni pe care-l purta în pântece. Care ar putea fi explicaţia unui asemenea gest, în urma căruia bărbatul şi-a distrus tot ceea ce avea mai preţios în viaţă: soţia, copilul sau familia pentru a petrece următorii 15-20 de ani în puşcărie? Este întâmplător faptul că această crimă s-a petrecut în timpul vizionării TV, acelaşi context în care se produc, de altfel, sute de mii de certuri în familiile din întreaga lume?

Cei mai puternic influențați de imaginile de la televizor sunt copiii, căci nălucirile ajung foarte repede să pună stăpânire pe mintea lor. În urmă cu un an, în Bucureşti, o fată pleacă la o petrecere care avea loc în casa unei prietene, se duce la maşina tatălui ei şi ia de acolo o sabie de samurai pe care începe să o învârtă deasupra capului în mijlocul străzii, imitând un personaj bine cunoscut micilor telespectatori – o eroină numită Zina, un personaj cu puteri extraordinare, magice, aflat în comuniune cu puterile „cereşti". După ce este dezarmată cu forța, fata aleargă acasă de unde ia un cuțit cu care înjunghie doi bărbați. Ce se petrecea, oare, în mintea fetei când învârtea sabia deasupra capului asemenea fetei din film? Ce vedea ea în fața ochilor sau ce-i spunea vocea interioară să facă?

Un băiat de numai 15 ani violează într-unul din parcurile bucureştene doi frățiori de 7 şi 9 ani. Întrebat de un reporter la închisoarea de la Jilava (Bucureşti) cum s-au petrecut lucrurile, el declară că nu-şi aminteşte nimic. Dar punându-i-se întrebarea cum i-a venit ideea să facă acest lucru, el spune că văzuse cu câteva zile înainte la televizor un film în care un tânăr făcuse exact acelaşi lucru. Vecinii mărturisesc despre el că era un băiat liniştit.

Adelina Galis (15 ani), elevă la Liceul Anghel Saligny din Bacău, inspirându-se din promo-urile a două filme, şi-a omorât prietena, o fostă colegă de clasă. Deoarece amândouă fetele învățau după-amiaza, Adelina s-a dus acasă la Georgiana pentru a o lua la şcoală. În timp ce Georgiana îşi făcea ghiozdanul, Adelinei i-au atras atenția bijuteriile purtate de prietena ei, bijuterii care i-au stârnit invidia. Atunci, în câteva fracțiuni de secundă, întunecându-i-se mintea, Adelinei i-a venit ideea să-şi omoare prietena, inspirându-se, cum a declarat mai târziu, din imaginile filmelor a căror promo-uri le văzuse în ultimele zile la televizor. Astfel, ea şi-a luat eşarfa de mătase de la gât şi a înfăşurat-o cu iuțeală în jurul gâtului Georgianei, strângând-o cu putere până când aceasta a murit (cca. 10 min.). După aceasta,

Adelina a adunat hainele şi bijuteriile colegei sale, pe care le-a adus acasă.

În multe din crimele sau violurile produse în zilele noastre, criminalii declară că în clipa de dinaintea crimei li s-a întunecat mintea şi nu ştiu cum s-a putut întâmpla acel lucru. Cu toate că în general poliția nu crede această mărturie, se pare că la cei mai mulți dintre ei lucrul este adevărat. Pe fondul unei întunecări a minții, a unei stări de semiconştiență, are loc crima. Semnificativă şi zguduitoare în acest sens este o întâmplare petrecută în urmă cu câțiva ani în America.

Un copil, după ce a petrecut un timp îndelungat în fața televizorului uitându-se la filme, adormind, a început să viseze, absorbit cu totul în lumea coşmarului respectiv, care nu era decât o prelungire a filmelor vizionate. Dimineața, după ce s-a deşteptat, a căutat puşca tatălui său, după care s-a dus la şcoală unde şi-a descărcat arma omorându-i pe câțiva dintre colegii şi prietenii săi. La scurt timp după terminarea gloanțelor, un coleg supraviețuitor l-a întrebat de ce a făcut lucrul acesta. Micul telespectator ucigaş trezit ca din vis, surprins să se vadă ținând o puşcă în mână, înconjurat de morți şi răniți, nu a ştiut ce să răspundă. Aşa cum a mărturisit mai târziu, după vizionarea filmului de seară, mintea sa nu a mai părăsit lumea acelor imagini, nefiind conştient de ceea ce se întâmplase.

Astfel de exemple nu trebuie căutate peste ocean, căci lumea românească, la 16 ani de la „liberalizarea" mass-mediei, ne aduce săptămânal sau lunar în atenție cazuri asemănătoare. Cazul lui Cristian, băiatul care sub imperiul fantasmelor filmelor de groază şi-a omorât surioara nu este singular.

La numai o săptămână după drama prin care trecea familia lui Cristian, un băiat din Cristeşti – Iaşi s-a spânzurat „din curiozitate" fiindcă voia să vadă cum este să fie clonat, iar înainte cu o lună un alt copil se aruncase de la etaj fiindcă ştia – după cum văzuse într-un film de desene animate – că „cei care se aruncă în gol nu pățesc nimic".

La toți copiii amintiți anterior imaginile sau fantasmele zămislite în minte în urma vizionării au rămas în interiorul acesteia. Puterea lor a devenit atât de mare, încât pe doi i-a condus la sinucidere şi pe altul la crimă. Dintre cele trei cazuri, cel al lui Cristian este însă cel mai semnificativ. De altfel, supraviețuirea sa ca martor principal ne-a dat posibilitatea să aflăm ce s-a întâmplat în mintea copilului în timpul săvârşirii crimei.

În primul rând, trebuie observat că adolescentul Cristian era pasionat de film, astfel că el îşi dezvolta şi îşi hrănea permanent câmpul fantastic. Puterea fantasmelor asupra minții se vădeşte încă dinaintea crimei, în visele care-l determinau să umble noaptea ca un somnambul prin cameră.

Până în clipa în care şi-a omorât surioara, Cristian făcea parte dintre aceia care-şi consumă dorințele secrete doar în spațiul fantastic al filmului. Fiind copil, se poate bănui că atât dorința de bogăție, cât şi cea sexuală sunt mai puțin dezvoltate. Câmpul fantastic din minte se hrăneşte însă cu imaginile de violență şi de groază din filmele văzute, cu toate că, privit din exterior, copilul părea să fie unul liniştit. Totul până când acea fantasmă a mascatului dobândeşte suficientă putere ca să-i ordone, pe fondul de întunecare a minții, omorârea surioarei.

De fapt, cine este cel pe care-l vede în vis Cristian? Pe el însuşi deghizat ca şi mascatul sau pe însuşi mascatul cu care mintea lui s-a identificat? Este, după cât se pare, un caz tipic de vrăjire a minții în care persoana este deposedată de propria subiectivitate, mintea fiind înrobită complet de fantasma primită şi crescută în ea.

Iată cum descrie Culianu, după M. Ficino, acest fenomen de posedare magică: „Fantasma care monopolizează activitățile sufletului este un obiect. De vreme ce omul este suflet, iar sufletul este în întregime ocupat de o fantasmă, aceasta din urmă devine de aici înainte suflet. Urmează de aici că subiectul, lipsit de suflet, nu mai este subiect: vampirul fantastic l-a devorat din in-

terior. Dar mai urmează că şi subiectul s-a transferat acum asupra fantasmei care este imaginea celuilalt" (*Culianu* 1999: 60), obiectul atracției sale În perspectivă creştină, acesta constituie un caz clasic de posesiune demonică.

Exemple asemănătoare cu cele de mai înainte se întâlnesc tot mai des în ziare sau pe posturile de televiziune de la noi sau din toată lumea. Uneori se dovedeşte că televiziunea, Internetul sau jocurile pe calculator sunt principalii factori în declanşarea violenței, mai cu seamă atunci când ar fi greu de ascuns influența acestora. Tendința canalelor mass-media este de a reda faptele criminale – sinucideri, violențe nejustificate rațional sau logice –, oferind explicații sau mobiluri ridicole, ascunzându-şi propria complicitate la săvârşirea lor.

***

Pentru a înțelege forța pe care imaginile TV o au în înrâurirea vieții psihice a omului de astăzi, nu trebuie căutat prea departe. Este suficient să privim cu mai multă atenție şi luciditate în jurul nostru, poate chiar în familie, pentru a sesiza apariția unor comportamente inexplicabile sau chiar a unor ciudățenii.

Nenumărați copii vorbesc astăzi noaptea în somn, intrând într-un dialog mai mult sau mai puțin coerent cu personaje imaginare, preluate uneori din filmele văzute. Nu rareori se întâmplă să strige în timpul somnului, să se trezească brusc, speriați. Sperietura persistă, devenind pentru mulți o adevărată obsesie. După trezire, în cele mai multe cazuri, copiii nu-şi amintesc nimic.

Acestea demonstrează încă o dată faptul că filmele văzute la televizor se întipăresc în subconştient, de unde pot reveni la suprafața conştientului pentru a influența viața minții. Somnul cu vise este perioada în care zidul dintre subconştient şi conştient este parțial înlăturat. Astfel, scenariile sau fantasmele subconştientului pătrund sub formă de vise în orizontul semiconştient al minții adormite şi se pot juca cu ea ca şi cu un copil neputincios. Vorbitul în somn, agitația, neliniştea sau sperietura care apar la

micii telespectatori în timpul nopții sunt semne care ne pot indica gradul în care subconştientul lor este dominat de imaginile de la televizor. Mulți părinți, nedormind în aceeaşi cameră cu copiii, nu cunosc aceste fenomene, care sunt tot mai frecvente astăzi, alții îi duc pe copii la vraci sau la doctori. Primii îi descântă, iar cei din urmă le dau medicamente, în general, somnifere, eludând cel mai adesea adevărata cauză.

Țărani sau intelectuali, muncitori sau milionari, ne este greu să acceptăm că imaginile de pe micul ecran sau de pe calculator (jocuri video, Internet) pot cauza o asemenea dezordine în viața mentală a copiilor noştri. Aceasta cu atât mai mult cu cât noi înşine suferim din cauza imaginilor sau a gândurilor cu care în mod generos televiziunea ne-a inundat subconştientul şi de unde acestea revin sub diverse chipuri, legat contextual de viața noastră personală. Ele revin pentru a ne tulbura liniştea, ne dau permanent târcoale, preocupându-ne tot timpul până la epuizare.

Gânduri de suspiciune față de alții, dorințe neîmplinite, plăceri care ne îndulcesc imaginația, nevoi sau probleme false, stări de frustrare, de nefericire, de iritabilitate, oboseală şi uzură psihică sunt caracteristicile vieții minții omului modern. Chiar dacă şi altele sunt cauzele apariției acestor fenomene, televiziunea sau mass-media joacă rolul principal. Toate acestea îi aduc pe oameni într-o stare de permanentă nelinişte, nemulțumire față de ei înşişi sau față de cei din jur, la o irascibilitate accentuată care conduce la tot mai multe ciocniri sau certuri cu cei apropiați. De aici până la gesturi care mai târziu vor fi regretate profund, nu mai este decât un pas.

Sub imperiul nălucirilor născute în minte prin televizionare, şi care ulterior irump din subconştient cutremurând până la dezagregare mintea omului contemporan, explodează mânia al cărei foc incendiar se stinge în violențe fizice de diferite intensități care adesea conduc până la violuri şi ucideri. După consumarea actului, omul revenindu-şi în fire, asemenea bărbatului care şi-a

ucis soția cu pruncul în pântece, nu poate înțelege cum s-a putut ajunge până acolo, însă este prea târziu. Mass-media se mulțumește cu relatarea senzațională a cazului, psihiatrii cu diagnosticarea bolii psihice, psihologii pot descoperi un caracter criminal, iar mulțimea telespectatorilor se implică empatic, trăiesc suspansul, dramatizarea cazului respectiv în contextul unui reportaj televizat.

Despre războiul nevăzut al minții, în care aceasta este luată prizonieră sau împinsă, dusă până la distrugere sau autodistrugere de nălucirile ucigașe, nu se vorbește deloc. Ce ar însemna oare ca mass-media să facă până la capăt o anchetă asupra acestui fenomen, care să demonstreze că ea însăși este principala cauză? Însăși televiziunea ar putea sugera atunci reducerea orelor de vizionare sau eliberarea omului de sclavia televizualului?

***

Faptul petrecut pe data de 22 decembrie 2002, în Marea Britanie, ne oferă un material documentar extrem de sugestiv, care ne arată până unde poate ajunge vrăjirea prin televizor. În preajma Crăciunului acelui an, Alain Menzies (22 ani) din Fouldhouse (Anglia) îl omoară cu o bâtă pe prietenul său Thomas McKendrick (21 ani), după ce în prealabil se uitaseră împreună la un film cu vampiri.

În timpul interogatoriului, Menzies afirmă că și-a ucis prietenul în urma unui ordin primit din partea femeii vampir din filmul *Queen of the Damned*. Vizionând acest film de nenumărate ori, Menzies susține că de la o vreme era vizitat de personajul principal al filmului – o femeie vampir cu numele Acasha. În urma discuțiilor cu aceasta, a încheiat o înțelegere conform căreia el devenea nemuritor, dacă omora oameni și le bea sângele.

Menzies a declarat în fața corpului de judecată al Curții din Edinburgh că, după ce l-a ucis pe prietenul său, a devenit vampir, iar în cazul în care nu ar fi fost arestat, ar fi omorât și alte persoane pentru a le bea sângele, căci numai astfel ar fi putut obține puterea de a deveni nemuritor.

Acest caz evidențiază punctul extrem la care ne poate împinge magia televizualului. Personajul din film nu rămâne doar la nivelul unei imagini interioare, a unei năluciri care-l poate influența pe om numai în starea de vis, precum în cazul lui Cristian, sau în stările alterate de conştiință când omul nu este deplin conştient. Aici fantasma începe să se facă prezentă chiar şi în viața cotidiană a individului.

Allan Menzies nu este un copil care ucide din neputința de a distinge între realitate şi imaginar. El o vede aievea pe femeia vampir, discută cu ea, stabileşte o înțelegere şi, în final, ajunge să-i asculte cu obediență ordinele, omorându-şi prietenul. Allan Menzies este cazul limită până la care poate merge procesul de vrăjire şi de posedare a minții oamenilor de către fantasmagoriile televizualului. El urmăreşte de zeci de ori filmul în lunile de dinaintea crimei, şi astfel îşi hrăneşte câmpul fantastic dezvoltat de acesta în interiorul minții. Ajunge dependent de realitatea filmului care devine parțial realitatea sa cotidiană. Rațiunea este subjugată, la fel ca şi procesul imaginativ, iar prin vizionarea repetată este slăbită bariera de protecție dintre conştient şi subconştient, astfel încât personajul din film, femeia vampir, coboară de pe ecran sau urcă din adâncurile inconştientului pentru a pătrunde în viața cotidiană a telespectatorului.

Acesta nu este un caz izolat. În zilele noastre, sute de mii de oameni sunt tulburați sau marcați de astfel de viziuni. Medicina îi clasifică pe toți fără ezitare cu diagnosticul de schizofrenie. Numai în SUA în anul 1998 erau înregistrați oficial 2 500 000 de schizofrenici. (*Schizophrenia Bulletin* 1998).

Şi totuşi, în cazul lui Allan Menzies, în urma expertizei medicale, doctorii nu au putut depista nici măcar urmele vreunei schizofrenii. Cum s-ar putea atunci explica materializarea femeii vampir în lumea cotidiană a tânărului englez? Are acea plăsmuire un caracter obiectiv, o existență de sine, independentă de procesul imaginativ al telespectatorului?

De asemenea, ne putem pune întrebarea: De ce în toate situațiile amintite şi în cele pe care le întâlnim în viața noastră nălucirile îl conduc pe om nu către organizarea vieții psihice, ci către dezagregarea acesteia, nu spre a face binele, ci exclusiv la desfrânare, la obținerea plăcerii, la certuri şi violență. Există oare o intenționalitate, o conştiință subiectivă, de tip exclusiv negativ, distructivă pentru viața omului în acțiunea fantasmelor – nălucirile care pătrund sau se nasc în minte sub înrâurirea imaginilor TV? Oare influența negativă pe care televiziunea o are asupra minții omului poate fi considerată o înrâurire de natură demonică?

Cu toate că am acordat un spațiu larg fenomenului magic în tratarea chestiunii TV, am ocolit cu bună ştiință până acum aducerea în discuție a posibilității unei înrâuriri demonice prin intermediul vizionării TV, deoarece într-o primă fază fenomenul magic poate fi cercetat sau analizat făcând abstracție de lucrarea maleficului. De altfel, oamenii rareori conştientizează că în spatele fantasmagoriilor care le cutreieră mințile ar putea să se ascundă forțe malefice. Aceste fenomene ajung să fie cunoscute sau experimentate ca atare doar de aceia care se adâncesc mai mult în lucrarea magicului sau de cei care, dimpotrivă, prin Biserică, conştientizează răul şi se păzesc de lucrarea lui.

În orice tratat de vrăjitorie se recunoaşte faptul că, în operațiunile magice, un rol important îl au spiritele (fie că sunt numite benefice sau malefice). Cu ajutorul lor sau prin ele sunt transmise fantasmele, sunt stimulate dorințele, este înrobită rațiunea şi omul este determinat sau împins la împlinirea acțiunii dorite de mag (*Culianu* 1999: 176). Este imposibil pentru vrăjitorul tradițional să transmită imaginile-fantasme numai prin puterea minții sau numai prin acțiuni fizice.

Pentru magul modern însă, fie el scenarist, regizor sau actor, tehnologia sau ştiința televizualului facilitează în mod perfect această producere şi transmitere a fantasmelor către mintea tele-

spectatorului, astfel că s-ar putea bănui că spiritele nici nu sunt invocate, nici nu colaborează la influențarea magică a minții oamenilor. Tehnologia, ar putea să se creadă, înlocuieşte complet serviciul pe care-l puteau face demonii vrăjitorilor de odinioară. Şi totuşi, acest lucru nu este complet adevărat. Deşi imaginile-fantasmă pot ajunge în mintea omului fără intermedierea spiritelor întunericului, aceste duhuri pot juca un rol important în celelalte etape ale vrăjirii, în dobândirea autonomiei fantasmei în interiorul minții şi mai departe.

Pentru a vedea dacă vizionarea TV favorizează intervenția sau lucrarea puterilor întunericului, trebuie abordate mai întâi alte două fenomene corelate cu magia şi cu televiziunea: consumul de droguri şi schizofrenia.

Televiziunea şi drogurile

Anii '60 inaugurează în SUA apariția unui fenomen care, în următoarele decenii, avea să zguduie întreaga societate occidentală. Este vorba de răspândirea rapidă a consumului de droguri între tinerii noii generații. Ceea ce mai înainte cu 10 ani nu constituia decât un fenomen izolat, devine în numai câțiva ani, între 1960 şi 1970, una dintre problemele majore ale societății americane.

Numeroşi psihologi şi sociologi au început să se întrebe şi să cerceteze care ar putea fi cauza acestei adevărate explozii a consumului de droguri şi de ce tocmai în această perioadă din istoria societății americane.

Răspunsul pe care-l dă Maria Winn, un cunoscut psihopedagog american care s-a ocupat de problema efectului avut de televiziune în viața copiilor, se bazează pe o observație simplă. Generația anilor '60 este prima generație care a crescut cu televizorul. „Copiii acestei generații sunt primii care au crescut cu mult televizor. Uitatul la televizor sau televizionarea a fost experiența

definitorie pentru viața şi conştiința noii generații, experiență care îi diferențiază profund pe aceşti tineri de cei din generațiile anterioare.

Se pare, afirmă Maria Winn, că transformările petrecute în creier şi în orizontul de conştiință în timpul vizionării TV sunt similare cu cele induse de drog. Ani de zile petrecuți în fața televizorului, o activitate care spală creierul şi adânceşte conştiința într-o stare nenaturală, oferă unei întregi generații premisele altor experiențe care generează aceleaşi stări mentale" (Winn 1996: 101).

Concluziile Mariei Winn sunt împărtăşite şi de McLuhan care este însă mult mai ferm afirmând că pentru societatea care a revenit la obiceiurile tribale prin impactul mijloacelor de comunicare electrice, în principal a televiziunii, „libertatea sexuală este la fel de normală ca drogurile (...). Ele sunt mijloace normale de uşurare a tranziției culturale, precum şi o scurtătură spre vârtejul electric.

Starea de excitare pe care ți-o dă consumul de droguri este intim legată de impactul cu mijloacele electrice. Gândiți-vă doar la metafora stării de euforie: *turn on*, («a se aprinde»). Îți aprinzi conştiința prin droguri, la fel cum îți deschizi toate simțurile şi te laşi purtat spre starea de implicare profundă şi totală atunci când aprinzi televizorul.

Consumul de droguri este stimulat de mediul atotcuprinzător al informației totale de astăzi, cu mecanismul său de conexiune inversă, călătoria în interior. Aceasta nu se înfăptuieşte doar cu ajutorul LSD-ului, ci este experiența universală a celor care urmăresc televizorul.

LSD înseamnă un mod de a mima lumea electronică invizibilă; (...) Atracția față de drogurile halucinogene este un mijloc de a realiza empatia cu pătrunderea noastră în mediul electric, el însuşi o călătorie în interior, nemijlocită de droguri. (...) Prin urmare, este de înțeles de ce tinerii retribalizați (prin

TV, în viziunea lui McLuhan) se simt atraşi de droguri precum rața de apă" (McLuhan 1997: 246).

În ultimele decenii, cercetările asupra creierului şi psihicului uman au avansat mult. Se ştie, spre exemplu, că, din punct de vedere neurologic, atât în timpul privitului la televizor, cât şi în perioada următoare consumului de droguri activitatea creierului este caracterizată de o predominanță a undelor alfa şi de o intensificare a activității emisferei drepte în paralel cu reducerea activității emisferei stângi.

În alte studii se demonstrează că vizionarea TV este o activitate care creează dependență la fel ca şi consumul de droguri. Mai mult, Wess Moore (*Moore* 2001: 59-66), în studiul său *Televiziunea: Opiul popoarelor,* expune rezultatul unor cercetări care arată că, în timpul când se priveşte la micul ecran, în creier sunt secretate endorfinele (*Wurtz* 1992: 266) (numite şi peptide de tip opioid), nişte hormoni care acționează asupra aceloraşi receptori opioizi ca şi narcoticele (Vezi vol. I.).

Din orice punct de vedere am compara vizionarea TV cu starea halucinatorie indusă de drog, am găsi o asemănare semnificativă. Diferă nu atât natura experienței, cât gradul sau intensitatea implicării sau a efectului. În ambele experimente, mintea este captivată şi purtată într-o călătorie într-un spațiu fantastic al imaginilor. Logica filmului de pe micul ecran este dată de producătorii programelor sau a emisiunilor respective, pe când în celălalt caz logica este stranie şi necunoscută. În timpul acestei călătorii imaginare, mintea este mai mult pasivă decât activă, iar rațiunea este mult diminuată. În ambele cazuri imaginile copleşesc vederea minții şi provoacă emoții, plăcere sau durere, atracție sau teamă, euforie sau angoasă, mai puțin puternice în cazul televiziunii, extrem de intense în cel al drogurilor. În ambele cazuri, imaginația este excitată la maximum, ea reproducând imaginile din subconştient sau pe cele primite de la televizor, în loc să rămână un instrument al gândirii

conştiente. Omul pierde într-un grad mai mic sau total controlul conştient al realităţii.

De-a lungul timpului, vizionarea TV a fost asemănată mai ales cu experienţa halucinatorie dată de drogurile psihedelice. „S-a demonstrat că drogurile psihedelice modifică chimismul creierului şi că modificarea permite o redistribuire a intensităţilor funcţionale din lăuntrul acestui organ. Lumea obişnuită reprezentată în creier se reduce în favoarea unui limbaj imagistic în succesiune rapidă (n.n. asemănător celui din videoclipurile TV), care revelează o neobişnuită profunzime a percepţiilor vizuale şi auditive. Spre deosebire de starea de vis sau de euforia alcoolică, conştiinţa psihedelică nu e tulbure, ci adesea mai intensă decât luciditatea normală a stării de veghe." (*Wurtz* 1992: 232)

Vizionarea TV	Consumul de droguri[25]
– Stare de relaxare. – Dezvoltarea unei activităţi corticale de tip alfa, cu intensificarea activităţii emisferei drepte şi diminuarea activităţii emisferei stângi.	– Intensă stare de relaxare. – Prezenţa preponderentă a undelor cerebrale alfa. – Modificări semnificative în chimia creierului.
– Raţiunea este slăbită, spiritul critic, şi logica sunt diminuate.	–Procesele raţionale sunt reduse mult, până la suspendare.
– Voinţa este temperată, experienţa minţii fiind una pasivă. Atenţia este captată semihipnotic.	– Voinţa este anulată, mintea este complet absorbită, prizonieră lumii imaginilor.
– Omul vede lumea reală prin imaginile de la televizor.	– Apare o distorsiune în percepţia lumii reale, fenomen care poate merge până la halucinaţii vizuale şi auditive.

25 Deşi analiza se referă îndeosebi la drogurile halucinatorii, marea parte a afirmaţiilor sunt valabile şi în cazul celorlalte droguri.

– Imaginația deservește procesul vizionării, controlul acesteia fiind preluat de imaginile proiectate prin vedere direct pe ecranul interior al minții.	– Imaginația narcomanului este subordonată exclusiv fenomenului halucinatoriu; nu se mai poate vorbi de existența unui control conștient al procesului imaginativ.
– Pe parcursul vizionării, se creează o breșă la nivelul subconștientului, inhibându-se totodată controlul rațional al imaginilor ce pătrund înlăuntrul minții.	– Peretele despărțitor dintre conștient și subconștient este complet înlăturat; imaginile sau nălucirile inconștientului inundă mintea.
– Experiența produce o emoție puternică (fascinație, plăcere sau spaimă, sentimentul puterii etc.).	– Emoția, plăcerea sau sentimentul puterii copleșesc mintea, anesteziind aproape în întregime simțul sau percepția realității.
– Apare fenomenul de dependență a cărei intensitate este proporțională cu numărul orelor alocate zilnic televizionării.	– Produce dependență în funcție de cantitatea narcoticelor consumate. Consumul de drog este prin excelență un comportament care dă dependență.
– Efectul puternic dispare odată cu închiderea televizorului sau îndepărtarea ochilor de pe ecran. După întreruperea vizionării, se păstrează totuși pentru o vreme impresiile produse; imaginile, senzațiile sau emoțiile pot să mai cutreiere un timp mintea și sufletul telespectatorului.	– Efectul dispare pe măsură ce drogul se elimină din organism. - În comparație cu situația în care se renunță brusc la televizor, stările de sevraj – anxietate, depresie, neliniște, agitație nervozitate etc. – care apar după eliminarea drogului sunt foarte intense.
– Viziunea este limitată la suprafața micului ecran.	– Viziunea ocupă întregul câmp vizual.
– Imaginile de la televizor pot avea corespondență în realitate.	– Imaginile sunt îndeosebi fictionale, fantastice sau apare o percepție distorsionată a realității.

Unul din efecte imediate ale vizionării TV este deprinderea minții cu starea de pasivitate. Miile de ore petrecute în fața televizorului obişnuiesc omul cu atitudinea pasivă a spectatorului, diminuează inițiativa personală. Se creează, de asemenea, o dependență față de toate acele trăiri pe care le furnizează vizionarea, trăiri caracterizate de o puternică aprindere a imaginației şi o surescitare a afectelor. Obişnuindu-se cu această stare de excitare, cu o supralicitare a trăirilor emoționale, cu plăcerea euforică şi cu sentimentul unei trăiri intense, telespectatorii nu se mai pot bucura, în mod firesc, de viața din lumea reală, o lume care apare tot mai aridă, mai monotonă şi plictisitoare (*Kubey & Csikszentmihalyi* 1990). Toate acestea constituie premisele neuropsihologice ale recurgerii la mijloacele care favorizează evadarea în imaginar, întoarcerea în lumea trăirilor intense, a emoțiilor puternice.

Prin vizionarea TV, telespectatorul îşi cultivă apetitul şi chiar dependența de o existență imaginară, fantastică, pe care o va regăsi nu numai în drogurile psihedelice, dar şi în psihotehnicile şi exercițiile de meditație orientală, în practicile de tip magic, cum sunt cele gnostice sau şamanice. Astfel poate fi explicată atracția pe care noile generații o resimt față de droguri sau față de oricare altă tehnică ce presupune o evaziune în imaginar.

În condițiile în care privitul la televizor constituie un prim pas în pătrunderea omului modern în lumea inconştientului, a imaginilor fantastice, a emoțiilor şi a aprinderilor simțuale, iar drogurile şi practicile magice de tip oriental înseamnă o avântare, o predare pe mâna fantasmelor ce urcă din inconştient, schizofrenia poate fi văzută ca aflându-se la capătul drumului. În contextul acesteia voința, rațiunea, conştiința omului sunt alterate nu numai pentru o perioadă scurtă (câteva ore în cazul drogului), ci pe o perioadă de câteva luni, ani sau chiar pentru toată viața.

Schizofrenia şi televizorul

Schizofrenia este boala mentală în care omul nu mai poate percepe lumea exterioară şi realitatea aşa cum sunt acestea de fapt, ci distorsionat, într-un grad mai mare sau mai mic, în funcţie de gravitatea bolii. Schizofrenicul trăieşte şi judecă după lumea din mintea lui, alta decât cea reală. „După definiţia lui P. Janet şi a lui C.G. Jung, devenită de acum încolo clasică, schizofrenia se caracterizează prin reducerea nivelului mental, printr-un scurtcircuit între existenţa onirică şi existenţa diurnă, între lumea fantasmelor noastre interioare (subconştient sau inconştient) şi lumea reală" (*Culianu* 1999: 170).

Schizofrenia ca şi drogurile psihedelice operează o deschidere între conştient şi subconştient, permiţând inundarea orizontului minţii conştiente cu imagini şi fantasme ce izvorăsc din inconştient. Este vorba de o stare alterată de conştiinţă, în care mintea se află situată între lumea exterioară pe care o percepe prin vedere şi cea a fantasmelor inconştientului. Datorită însă asaltului primit prin poarta lăsată deschisă lumii inconştientului, mintea îşi pierde parţial sau total capacitatea de a mai lua contact conştient cu lumea exterioară. Faţa conştiinţei este întunecată de mulţimea nălucirilor care nu o mai lasă să vadă dincolo de ele.

Boala nu este nouă, dar poate că niciodată în istorie răspândirea ei nu a fost atât de mare ca astăzi. De altfel, dacă afecţiunile neurologice predominau în patologia bolilor mentale a secolului al XIX-lea, cele psihice, între care schizofrenia este una dintre cele mai grave, sunt afecţiunile caracteristice vremurilor noastre. Pentru schizofren nu se mai poate pune problema dacă vrea sau nu să aibă o experienţă fantastică, precum se întâmplă cu cel care aprinde televizorul sau cu cel care se droghează. El nu caută o asemenea experienţă, ci practic este stăpânit, prizonier al acestei lumi fantastice, chiar dacă ar vrea cu toată puterea să se întoarcă în lumea reală.

Numeroşi doctori psihiatri acordă cu generozitate acest diagnostic în aproape toate situațiile în care este semnalată o percepție distorsionată a realității; atunci când, spre exemplu, cineva, precum Cristian sau Allan Menzies, vede sau conversează cu un personaj imaginar, când este percepută o altă realitate, precum s-a întâmplat cu băiatul care s-a aruncat pe fereastră sau când cineva încearcă să se sinucidă în urma unei viziuni. Este foarte simplu să arunci în spatele unei boli toate fenomenele psihice care nu pot fi explicate din punctul de vedere al ştiinței pozitive, este mult mai uşor decât să cauți cauzele reale ale fenomenului.

Astfel, în situația lui Cristian, şi se înregistrează anual din ce în ce mai multe cazuri asemănătoare numai în România, este mai simplu şi mai „înțelept" să fie testat copilul pentru a se constata eventuala prezență a unei boli psihice, decât să fie analizate mesajele din filmele de groază şi mecanismele prin care acestea pot declanşa un fenomen de tip schizofrenic, adică fantasme ce pot poseda mintea copiilor. Deşi medicii, de teama mass-mediei, a doua putere în stat (*Ramonet* 2000: 44), nu îndrăznesc să acuze televiziunea, se pare că telespectatorii care ajung la o percepție schizofrenă asupra realității, mai cu seamă din rândul copiilor, se înmulțesc îngrijorător în toată lumea. Cu toate că răspândirea sindromului schizofrenic în societatea modernă se poate datora mai multor cauze, faptul că la numeroşi oameni această afecțiune a debutat în timpul vizionării sau ulterior acesteia, dar în legătură cu ceea ce fusese vizionat, ar trebui să ne dea de gândit.

În abordarea relației existente între vizionarea TV şi schizofrenie, J. Mander porneşte de la relatarea unui fapt petrecut pe data de 27 septembrie 1973, în America, atunci când un tânăr, după ce a pătruns în clădirea postului de televiziune KGO – TV, a deschis focul şi a reuşit să omoare un agent de publicitate care lucra în acel loc, înainte de a fi el însuşi omorât de poliție. De-a lungul anilor, omul fusese internat de mai multe ori în spitale de

psihiatrie, plângându-se întotdeauna de faptul că în urma unei operații secrete îi fusese implantat în creier un minuscul aparat de emisie-recepție ale cărui transmisiuni nu-i dădeau pace niciodată.

Pentru că nu putea opri emisia – filmul sau coloana sonoră – tânărul ajunsese, după propriile spuse, la o stare de disperare care mergea până la nebunie. Pentru a scăpa de semnalul postului recepționat de către minusculul aparat ce-l purta, după spusele lui, în creier, tânărul a făcut o călătorie până în Hawai, această tentativă rămânând însă fără succes. În cele din urmă, a încercat să întrerupă transmisia deschizând focul asupra lucrătorilor de la postul de televiziune amintit.

„Deşi nu mulți pacienți cu probleme psihice, observă J. Mander, merg atât de departe, încât să deschidă focul în posturile de radio sau TV, numărul persoanelor afectate care afirmă că nu pot scăpa de emisii creşte vădit pe zi ce trece" (*Mander* 1978: 108).

Psihiatrul J. Cower, luând în discuție această problemă, prezintă şi analizează un caz tipic, semnificativ pentru relevanța lui. În buletinul clinicii din Menninger, el descrie o pacientă care, pe o perioadă de câteva luni, cât a fost internată în spital, se referea obsesiv la semnalele televiziunii. De fiecare dată când aborda acest subiect, pe față i se întipărea teama sau chiar teroarea. Femeia povesteşte că fusese „controlată, persecutată şi chiar torturată de televiziune". Împreună cu alți pacienți, ea trăia experiențe de „clarviziune" mediate sau inițiate prin intermediul televiziunii, adică imaginile văzute la televizor declanşau procesul halucinatoriu, inițiau viziunea.

În discuțiile purtate cu doctorii, femeia descria televiziunea ca pe o „maşină a unei puteri infinite, infernale care pretinde în mod inexorabil ca sinele înstrăinat din punct de vedere material să se exprime prin ea..." (*Mander* 1978: 109) Ea se vedea pe sine în diferite feluri, fie ca una care căzuse „pradă unui fel de drog,

era înlănțuită de ceva" *(hooked)*, fie „înregistrată", tivită, prinsă în televiziune, în derularea imaginilor şi a scenariilor micului ecran *(troped in television)*. „Totul ar fi în regulă dacă ei ar închide televizorul, spunea femeia" (*Mander* 1978: 109). Cu alte cuvinte, televiziunea era percepută ca un instrument al depersonalizării, al absorbției sinelui, al anulării intenționalității subiective, în care omul devine doar un terminal, un mădular ce ajunge să trăiască sau să se exprime prin televizor sau unde pseudo-realitatea lumii TV devine propria realitate de conştiință.

Bolnavii psihic, cei aflați în stări de regresie mentală, observă doctorul Cowen, au tendința de a identifica un instrument anume ca sursă a problemelor psihice pe care le întâmpină. Tot el constată că, surprinzător, „de la apariția ei, televiziunea a devenit o trăsătură frecventă în patologia clinică a bolnavilor psihic" (*Mander* 1978: 109). Adică, adesea bolnavii indică drept sursă a răului, drept mecanism infernal, însăşi televiziunea. De ce, dintre toate maşinăriile sau obiectele care-l înconjoară pe om, tocmai televiziunea este identificată de către bolnavii psihic drept instrument şi cauză a răului pe care îl suferă?

Această percepție distorsionată a televiziunii, care apare la mulți dintre bolnavii mental, este explicată de doctorul Cowen printr-un joc de cuvinte care surprinde, de altfel, esența acestui fenomen. Însuşi cuvântul televiziune *(television)* ne indică, spune psihiatrul american, cauza implicării televiziunii în descrierile bolnavilor prin citirea acestui cuvânt într-un mod puțin diferit, adică „tell-a-vision" – „a înfățişa sau a comunica o viziune".

Dacă viziunile sunt, în esență, cauza distorsiunilor de percepție trăite de schizofrenici – vedeniile care invadează în mod necontrolat mintea – devine uşor de înțeles motivul pentru care televiziunea, o maşină ce comunică sau înfățişează o viziune, să fie atât de des experimentată şi invocată de bolnavi ca origine şi instrument al răului.

De asemenea, este firesc ca nişte oameni labili psihic să perceapă televiziunea ca pe un instrument al agresiunii, atâta timp cât ea dezorganizează procesul de gândire, creşte confuzia din mintea oamenilor, favorizează o stare sau un fenomen halucinatoriu şi stresează mintea până la epuizare.

Prin urmare, în condiţiile în care televiziunea poate constitui cel puţin un factor de agravare, dacă nu chiar unul declanşator, al unei boli psihice, este firesc ca aceia care suferă de boli mentale, nerealizând care este cauza afecţiunii, a nălucirilor ce îi terorizează, să arunce această vină asupra unei maşinării, a unui mecanism înrudit din multe puncte de vedere cu cel care stă la originea sindromului schizofrenic.

Vizionarea TV – o experienţă anticipată în viziunile bolnavilor de schizofrenie încă dinaintea apariţiei televiziunii

Pentru a putea înţelege mai bine sindromul schizofrenic şi legătura pe care acesta o poate avea cu vizionarea TV, vom aduce în atenţie mărturia unui psihiatru care la începutul secolului, cu mult înaintea apariţiei televiziunii, aducea fără să-şi dea seama o dovadă de-a dreptul şocantă a înrudirii celor două fenomene.

În articolul On the origin of influencing machine publicat în 1919 şi citat de Jerry Mander în cartea sa, psihiatrul Victor Tausk scria următoarele: „un număr considerabil de pacienţi spun despre problemele lor că sunt provocate de o «maşină de influenţat» controlată de forţe străine. Aceşti străini se exprimau prin nişte sisteme de credinţe care se impuneau ca ameninţătoare, înspăimântătoare şi copleşitoare faţă de credinţa şi sistemul de valori ale pacientului şi care erau implantate cu forţa în mintea acestuia.

De regulă maşinăria de influențat, descrisă de pacienții lui Tausk, are nişte mecanisme uriaşe şi tot felul de alte componente. Adesea, ea este capabilă să proiecteze imagini şi raze invizibile care se pot cumva imprima pe creier. În mod frecvent, imaginile emană dintr-o «cutie neagră mică» şi nu sunt tridimensionale, ci plate. Maşinăria şi cele ce ies din ea pot produce victimei sentimente şi gânduri, alungând altele, după cum spune Tausk, «prin nişte raze sau forțe misterioase pe care pacientul nu are îndeajuns de multe cunoştințe de fizică pentru a le explica. Ea creează senzații care în mod total nu pot fi descrise fiindcă îi sunt străine (necunoscute, neobişnuite) pacientului însuşi, şi care sunt percepute în parte ca fiind electrice, magnetice sau provocate de curenți de aer». În scurtă vreme, relatează Tausk, victima nu mai poate distinge informațiile – sentimente, gânduri, senzații, amintiri – primite de la această sursă «exterioară» de cele generate de ea însăşi sau ca rezultat al experienței şi descoperirilor personale.

Ipoteza lui Tausk, asemănătoare cu cea a lui Cowen, este că pacienții produc această fantezie a maşinăriei ca o manifestare exterioară a confuziei care există înlăuntrul lor cu privire la lumea exterioară şi cea interioară; lumea propriilor gânduri şi lumea concretă din afara persoanei.

Această confuzie îşi are rădăcinile în primii ani ai copilăriei, spune Tausk. La o anumită vârstă, copilul caută să descopere realitatea aflată dincolo de lumea părinților săi, doreşte să ia legătura cu lumea exterioară, astfel că începe să exploreze. În măsura în care reuşeşte, copilul învață să înțeleagă, să integreze şi să prelucreze (să «proceseze») lumea cu care intră în contact, de care a luat cunoştință. El învață să facă distincția între impulsurile, imaginile şi experiențele legate de lumea din afară şi cele care sunt generate în întregime de el însuşi, imaginativ, «plutitoare», care nu au rădăcini în lume. Dacă totuşi copilul a făcut această diferențiere, atunci proiecțiile minții sale pot fi distinse şi identificate. Aceasta se cheamă sănătate psihică.

Schizofrenicul, afirmă Tausk, nu reuşeşte să facă această deosebire şi nu îşi poate da seama care imagini provin din mintea sa şi care sunt legate de experienţe din lume. În acest moment, toate experienţele, fie cele generate lăuntric, fie cele rezultate în urma unei interacţiuni cu lumea, sunt la fel. Proiecţiile minţii dobândesc aceeaşi calitate ca şi experienţa directă a lumii. Nu te mai poţi încrede nici în experienţa aceasta directă, nici în propriile procese de gândire. Ambele devin «plutitoare», dezrădăcinate. Toate lucrurile sunt în aceeaşi măsură interioare şi exterioare.

În acest punct, sugerează Tausk, pacientul va crea o fantezie – «maşina de influenţat» –, ca o proiecţie materializată a confuziei din mintea lui. Capabilă să implanteze imagini care iau forma unor raze, capabilă să implanteze realităţi străine, din afara experienţelor personale, capabilă să îi schimbe sentimentele, această maşinărie îl face pe pacient să cadă într-o desăvârşită confuzie cu privire la ceea ce este real şi ceea ce este ireal, ceea ce este lăuntric şi ceea ce este exterior.

Fără îndoială, aţi observat, ne atenţionează J. Mander, că această «maşinărie de influenţat» sună izbitor a televizor. Cum putea exista acest fenomen în anul 1919, înainte ca acest aparat să fi fost inventat rămâne un mister. Să îndrăznesc să sugerez că televizorul a fost inventat de oameni cu preocupări asemănătare, ca o manifestare exterioară a minţilor lor?" (*Mander* 1978: 111)

Atât de incredibilă pare mărturia lui Tausk, încât, dacă ea nu ar fi fost făcută cu câteva zeci de ani înaintea apariţiei televiziunii, s-ar fi putut suspecta ori faptul că bolnavii s-au inspirat din realitatea TV în descrierile lor, ori că doctorul Victor Tausk ar fi inventat această poveste pentru a denigra televiziunea.

Deşi autenticitatea rezultatelor obţinute de doctorul Victor Tausk prin observarea bolnavilor de schizofrenie nu poate fi contestată, mulţi dintre cititorii acestor rânduri vor putea face următoarea obiecţie: faptul că schizofrenicii identifică şi afirmă că ar avea în minte un fel de televizor care emite încontinuu şi

este controlat de forțe străine nu înseamnă că aceia care se uită la televizor trebuie să ajungă schizofrenici. Este adevărat. Nu toți cei care se uită la televizor se îmbolnăvesc de epilepsie sau de schizofrenie, ci poate doar cei care au o sensibilitate mai mare la comunicarea televizuală sau o anumită labilitate psihică.

Aceasta nu înseamnă însă că televizorul nu poate cauza la majoritatea telespectatorilor, mai cu seamă la cei înrăiți (în jur de 4 ore zilnic) tensiuni sau descărcări nervoase, dezordine mentală sau o percepere distorsionată a lumii reale.

Televiziunea cultivă o percepție distorsionată a lumii reale

Copiii sunt primele victime, deoarece ei încă nu au dobândit capacitatea de a discerne între realitate şi imaginar. Ei cred tot ce văd, lucru pe care fiecare părinte îl poate observa la proprii copii care sunt lăsați să se uite la televizor (Winn 1996: 150). Ei se află în perioada descrisă de Tausk, în care învață să deosebească produsele propriei imaginații de lumea reală, îşi dezvoltă rețelele neuronale competente să distingă între o experiență imaginară şi una reală, între imaginile din minte, lumea fantastică şi cea în care trăiesc. Creierul lor se află în stadiul dezvoltării structurilor fundamentale de judecată, analiză, înțelegere, logică etc.

Această confuzie între real şi imaginar, pe care o induc imaginile TV (nici real pur, nici 100% fantezie), dacă nu-l duc pe copil la declanşarea unui sindrom schizofrenic sau chiar la moarte prematură, precum s-a întâmplat cu copiii amintiți anterior, este în măsură să modeleze la nivelul neurologic (structura rețelelor neuronale) precum şi la cel psihic, tendința de a confunda sau prefera lumea proiectată în minte celei reale. Astfel, se poate explica neputința tinerilor noilor generații de a se integra în societate, de a înțelege şi a se adapta lumii în care trăiesc, ducând o

viață firească, așa cum au trăit-o oamenii întotdeauna, cu bucuriile și necazurile inerente.

Lumea din minte, una ideală a plăcerilor, a confortului și divertismentului, construită din imaginile TV, devine mai reală decât realitatea, căci ea este preferată, dorită și greu de părăsit, este lumea mitică a tinerilor care au crescut cu televizorul. Astfel se poate observa la acești oameni o tendință permanentă de refugiere sau evaziune în imaginar, fie prin băutură, drog, sexualitate, practici orientale, fie prin televiziune, jocuri pe calculator sau internet. Realul nu mai are consistență, deoarece prin vizionarea TV oamenii își pierd într-o măsură mai mică sau mai mare capacitatea de a-l percepe și de a-l accepta așa cum este, modelându-și viața după datele acestuia.

Discrepanța dintre lumea reală și aceea care se instăpânește în mintea tinerilor este atât de mare, încât devine tot mai probabilă sacrificarea celei dintâi în favoarea celei de a doua. Oare aceasta nu poate fi socotită dacă nu o boală, cel puțin un simptom, o tendință schizofrenă în percepția realității? Fenomenul nu se limitează doar la generația tânără. Studiile lui G. Gerbner demonstrează clar că între telespectatorii înrăiți (care vizionează în jur de 4 ore zilnic) și ceilalți (până la 2 ore) există o diferență semnificativă în perceperea și reflectarea realității. Spre exemplu, proporțional cu timpul acordat vizionării TV, se înregistrează o creștere a tendinței de a exagera prezența violenței în societate. Proporțional cu vizionarea sporește teama, suspiciunea, izolarea față de ceilalți oameni și față de societate. Crește neîncrederea în vecini, în prieteni, care sunt văzuți ca potențiali dușmani.

Dar, dacă oamenii percep lumea altfel decât este ea de fapt, și aceasta în mod gradat, proporțional cu numărul orelor alocate vizionării TV, nu putem socoti oare că această tehnologie favorizează o viziune schizofrenică asupra lumii și un comportament corespunzător?

Iată cum reflectă J. Mander acest fenomen: „Nu încape îndoială că televiziunea face ceea ce spune fantezia schizofrenică. Ea proiectează în mintea noastră imaginile unor realități exterioare experienței noastre. Imaginile vin în forma unor raze, ieșind dintr-o cutie. Ele provoacă schimbări în sentimentele noastre și, după cum vom vedea, și o totală confuzie cu privire la ceea ce este și ceea ce nu este real. Întreaga realitate devine eterică, existând numai în mințile noastre.

Precum mașina pacienților lui Tausk, televiziunea este manifestarea finală a unei confuzii deja evidente. Această confuzie exista în vremea când scria Tausk, însă acum ea a fost instituționalizată de omniprezența mediilor artificiale în care trăim. O lume reală care nu poate fi pusă la îndoială a fost scufundată sub o lume reconstruită, creată de oameni. Noi trăim înăuntrul manifestărilor minții omenești. Asemenea copilului care caută legături cu exteriorul, nu găsim decât proiecțiile altor oameni. Nu putem deosebi naturalul de artificial, căci procesele care ne-ar dezvălui aceasta nu se văd nicăieri. Suntem desprinși, plutind în spațiu, trăind într-un bazin al lipsei de rațiune, de dimensiunile unei națiuni. Vedem un stimul, o lumină și ne agățăm de el. Acesta devine totul pentru noi. El iscă imagini în creierul nostru" (Mander 1978: 111).

De ce vizionarea TV apare atât de des în povestirile consumatorilor de droguri sau a schizofrenicilor?

Există oare o legătură cauzală între vizionarea TV și cele două afecțiuni, și dacă da care sunt motivele formării ei?

1. Atât în cazul vizionării TV, cât și în cel al schizofreniei sau al consumului de droguri, mintea este spectatorul pasiv al unui film care rulează prin fața ei. Diferența este că, în cazul televizi-

unii, imaginile provin din afară, iar în celelalte situații, din interiorul subconștientului.

2. Deşi imaginile de-a lungul televizionării provin din lumea exterioară omului, acestea nu sunt percepute de minte într-un regim identic cu cele reale, atitudinea minții pe parcursul vizionării TV fiind asemănătoare până la identitate cu cea din stările alterate de conştiință.

3. Vizionarea TV, prin mecanismele descrise de-a lungul acestei cărți, favorizând deschiderea porților subconştientului, *înlesneşte invadarea minții de către fantasmele inconştientului.* De aici derivă una din cele mai grave consecințe ale vizionării. Mintea, prin privitul la televizor, se obişnuieşte tot mai mult cu experiența pasivă, dar euforică a evaziunii în imaginar, este tot mai puternic atrasă de experiențele de tip halucinatoriu cărora este dispusă să le cedeze. Noilor generații crescute cu televizorul li se cultivă prin această experiență o sensibilitate şi o atracție aproape maladivă pentru substanțele sau tehnicile meditative de tip oriental care generează stări euforice evazioniste sau chiar halucinatorii, pentru fenomenul magic sau erotism, dobândind o labilitate sporită în ceea ce priveşte declanşarea unui sindrom schizofrenic.

S-a putut constata în primul volum al cărții că mintea are tendința de a repeta modelele de activitate învățate deoarece înseşi rețelele neuronale se structurează în funcție de activitatea sau experiența avută. Cu cât o experiență este mai intensă şi de durată mai lungă, cu atât creierul are tendința inerțială de a o repeta. A privi la televizor câteva ore zilnic, luni sau chiar ani, de la vârsta cea mai fragedă, face ca trăsăturile generale ale acestei experiențe mentale să marcheze într-o măsură proporțională cu numărul orelor acordate vizionării, activitatea mentală, corticală a omului respectiv.

În concluzie, prin privitul la televizor, mintea omului devine dependentă, deschisă sau atrasă de o experiență intens

emoțională, foarte puțin rațională şi volitivă. Mintea devine tot mai dependentă de starea de spectator a unui film fantastic şi, evident, prin aceasta e expusă unui atac sau invazii a fantasmelor provenite din inconştient. Poarta dintre conştient şi subconştient se deschide din ce în ce mai mult, căci fantasmele sunt dorite, iar atitudinea minții arată că este pregătită să le primească, şi asta cu atât mai mult cu cât experiența TV favorizează deschiderea acestei porți prin generarea unei activități corticale de tip alfa caracteristică stărilor alterate de conştiință (vis, drog etc.), specifică deschiderii subconştientului. (*Sandy* 2002)

Astfel se explică torentul de imagini şi de gânduri care invadează mințile oamenilor (mai ales ale acelora care vizionează mult programele TV), precum şi atracția pe care tot mai mulți oameni o resimt pentru experiențele pasive, ale evaziunii în imaginar (însăşi experiența erotică este una de tip fantastic atunci când mintea pasivă este sedusă şi atrasă de plăcere în direcția satisfacerii ei).

Televiziunea asigură circulația liberă a fantasmelor în mintea oamenilor

Am adus în discuție în subcapitolul anterior tema schizofreniei şi a drogurilor, în contextul legăturii acestora cu televizionarea, nu numai datorită pericolului real reprezentat de televiziune prin cultivarea unei sensibilități care favorizează consumul de droguri şi față de o percepție schizofrenică a realității, ci şi pentru relevanța pe care acestea o au pentru elucidarea unei probleme esențiale legate de magia televizualului, şi anume: posibilitatea intervenției şi a lucrării puterilor demonice în timpul sau în urma vizionării TV.

Consumul de droguri nu este un comportament ce ține de modernitate. Este o practică străveche, întâlnită în multe dintre

religiile şi practicile magice din America Centrală şi de Sud, India, Iran etc. În general, în majoritatea tehnicilor şamanice, drogurile jucau un rol esențial în invocarea duhurilor.[26]

Evul Mediu şi Renaşterea cunosc şi ele importanța plantelor halucinogene pentru invocarea spiritelor şi dobândirea experienței lucrurilor fantastice. Fenomenul nu rămâne străin Bisericii Catolice care, cunoscând relația cauzală dintre unsorile făcute din extracte de plante halucinogene şi vrăjitorie, încearcă să interzică în mai multe rânduri cultivarea sau culesul acestor plante. (*Culianu* 1999: 204)

Iată, pe scurt, care este, în lectura lui Culianu, modul în care drogurile halucinogene erau folosite de vrăjitori în practicile lor: „Vrăjitorii clasici erau nişte marginali de ambele sexe care forțau, folosind halucinogenele, accesul la inconştient. Luau drept real ceea ce experimentau sub influența drogurilor, închipuindu-şi că au executat anumite acțiuni stereotipe. Folosirea constantă a drogurilor izbutea cu siguranță să facă să dispară limitele destul de labile şi problematice dintre vis şi starea de veghe. Vrăjitorii trăiau înconjurați de propriile fantasme care asumau pesemne pentru ei trăsături reale şi personale (...) halucinogenele se dovedesc a fi un mijloc extrem de puternic pentru a suscita fantasmele, a chema demonii la existență. De aici până la a le conferi forme şi atribute reale nu mai e decât un pas" (*Culianu* 1999: 205-206).

De altfel, şi ştiința modernă constată capacitatea pe care o au drogurile halucinogene, ca şi tehnicile orientale în a favoriza accesul la lumea inconştientului. „LSD, observă Bruno Wurtz, permite ieşirea la suprafață a diferitelor elemente din inconştient. El permite aşa-zisele excursii în zonele inaccesibile ale subconştientului. (...) Efectele obținute cu droguri psihedelice puteau fi, de

26 Şamanii, oameni cu puteri magice, vrăjitori sau taumaturgi se lăsau mai întâi posedați de spirite pentru ca mai pe urmă să le stăpânească, îşi închipuiau ei, pe acestea. În religii precum acelea ale eschimoşilor, iranienilor (persani), chinezilor tibetani, şamanii jucau un rol central. Vezi (*Culianu* 1999: 87)

altfel, provocate şi prin exerciţii de meditaţie, prin hipnoză şi prin alte terapii. Subiecţii nepreveniţi, care practicau meditaţia, aduşi din Orient în clinici occidentale pentru a experimenta L.S.D.-ul, declarau că «excursiile» chimic induse sunt identice cu cele induse prin tehnici fizice şi meditative." (*Culianu* 1999: 97)

Aşadar, consumul halucinogenelor nu este altceva decât una dintre metodele prin care se forţează accesul la inconştient, deschizându-se larg porţile acestuia. Prin consumul acestora, vrăjitorii de odinioară apelau sau invocau demonii. Aceasta, fiindcă magicienii ştiau că „sursa principală a demonilor este inconştientul, care este capabil să invadeze în anumite împrejurări zona conştientă a subiectului" (*Culianu* 1999: 208). Prin urmare, fantasmele nu sunt altceva decât astfel de energii, de spirite care se materializează în imagini pentru a-l înşela pe om, atrăgându-l în capcanele plăcerii, ale violenţei, ale robiei patimii. Schizofrenia, ca şi consumul de droguri, afirmă Culianu, este o stare în care se manifestă puterile demonice, fără a fi expres invocate (*Culianu* 1999: 172). De vreme ce ea înseamnă un scurtcircuit între lumea interioară a fantasmelor şi cea reală, atunci duhurile pot avea acces liber la zona conştientă, putând duce mintea la o cumplită rătăcire, la înşelare sau posedare. Aceasta îl face pe antropologul Géza Roheim să interpreteze magia ca pe o „schizofrenie instituţionalizată" (*Culianu* 1999: 171).

Fie că este vorba de magicieni, fie de cei vrăjiţi, atunci când fantasmele „se impun minţii ca o prezenţă străină, realităţi străine ce posedă[27], se poate identifica apariţia unei aşa-zise schizofrenii" (*Culianu* 1999: 171).

---

27 „De îndată ce visul este socotit o producţie fantastică provenind din inconştient, iar schizofrenia o stare de confuzie între conţinuturile onirice şi conţinuturile sensibile, nu va trebui să ne mirăm nicicum de corespondenţele dintre fantasmele schizofrenilor şi fantasmele folosite de magicieni. La urma urmei, provenienţa lor este aceeaşi, doar că, în cazul magicianului, fantasmele sunt produse în mod voluntar şi dirijate de operator, în timp ce, în cazul bolnavului, i se impun ca nişte realităţi străine, îl «posedă»". *Ibidem*, p. 171.

Am prezentat cele două situații în care fantasmele se manifestă, fără să fi fost invocate – halucinațiile narcomanilor şi schizofrenia –, deoarece amândouă ne descoperă mecanismul prin care televizorul poate să favorizeze o influențare demonică a minții umane. Din aceste observații putem concluziona că, *în măsura în care tehnologia video cultivă o atitudine mentală pasivă, (dependența de lumea fantastică a imaginilor cu care mintea s-a deprins de-a lungul miilor de ore de vizionare), în aceeaşi măsură ea expune mintea nu numai atacului unor imagini pasionale, ci chiar al unor puteri şi lucrări demonice, fapt favorizat de deschiderea porților inconştientului.*

Prin vizionarea programelor TV, mintea nu mai exercită un control conştient asupra imaginației, care devine doar un instrument pasiv al reprezentării imaginilor de la televizor. Imaginația scăpată de sub controlul conştiinței, atrasă magic în scenarii de satisfacere a dorințelor sădite de mesajele sau fantasmele TV, ajunge astfel puternic expusă înrâuririi demonice, devine prada cea mai uşoară pentru duhurile care străbat văzduhul inconştientului. Imaginația prin care fantasmele se materializează şi invadează mintea devine astfel, după cum spunea tradiția ortodoxă, „o adevărată punte a dracilor" (Nicodim Aghioritul 1991: 67).

Nu afirmăm prin aceasta că tehnologia video este demonică, după cum nici plantele halucinogene sau drogurile nu au o astfel de natură. Este vorba mai curând de comunicarea nefirească pe care o presupune această tehnologie, experiență ce conduce la o modificare a activității corticale, într-un fel asemănător celui în care operează drogul halucinogen; şi anume, este favorizată o stare mentală prielnică unei înrâuriri demonice a minții, prin deschiderea porților inconştientului.

***

Din analiza de până acum rezultă că vizionarea TV (internetul sau jocurile pe calculator), ca şi consumul drogurilor

halucinogene, înlesneşte, prin efectele pe care le are în timp asupra minții, influențarea demonică a acesteia de către spiritele care vin din spațiul necunoscut al inconştientului. Cercetarea a avut în vedere însă numai efectele tehnologiei video, dincolo de orice comentariu privind mesajele transmise prin aceasta. În privința conținutului programelor de televiziune, trebuie făcute următoarele precizări:

Se poate spune că o emisiune ştiințifică, un concert simfonic, ca tip de mesaje, nu au în mod manifest un potențial malefic. Ele pot afecta negativ mintea cu precădere în contextul descris anterior. Nu acelaşi lucru se poate afirma însă despre fantasmele erotice (imaginile sexy sau pornografice din materialele publicitare, filme etc.), care stimulează pasiunile, sau despre imaginile care incită la un comportament agresiv.[28] Aceste mesaje, prin ele însele, au un caracter malefic, de aceea este foarte probabil ca înseşi puterile demonice să intervină în acțiunea de vrăjire pe care acestea o desfăşoară în mintea telespectatorilor. După magicieni, este în firea lucrurilor ca în spatele fantasmelor pătimaşe să se ascundă prezența şi lucrarea demonilor.

Prin urmare, în ceea ce priveşte televizionarea, imaginile pătimaşe sunt primite inițial în minte prin vizionare, învoindu-ne cu ele, pentru a hrăni anumite dorințe sau pasiuni. Ulterior însă, prin ele, putem accepta şi influențele malefice care au aceeaşi natură sau se manifestă tot prin intermediul fantasmelor. Imaginile fantastice devin astfel calul troian prin care pătrund în minte entitățile malefice ascunse în spatele lor.

Iată cum descriu magicienii Renaşterii, în lectura lui Culianu, puterea pe care demonii ascunşi în spatele diferitelor fantasme o au în a înşela mintea omului: „Aceşti demoni se mărginesc să de-

28 Acestea sunt, de altfel, principalele instrumente ale persuasiunii magice folosite de televiziune, deoarece în acest mod sunt apelate şi cultivate dorințele pasionale şi instabilitatea emoțională, iar telespectatorul este astfel determinat, în mod ocult, să urmeze anumite comportamente.

praveze sufletul prin fantezii şi cogitaţiuni. Toate acestea sunt uşor de explicat, deoarece demonii, având o esenţă pneumatică, pot asuma toate formele şi culorile pe care le vor, arătându-se spiritului uman sub aparenţe înşelătoare. Luând aceste forme, ne inspiră multe acţiuni şi hotărâri, şi ne sugerează multe sfaturi. Suscită în noi memoria voluptăţilor trecute şi ne stimulează frecvent, în stare de veghe ori de vis, simulacre de pasiuni"[29].

Ce se întâmplă oare în condiţiile descrise anterior, când fantasmele ajung să dobândească autonomie, să se materializeze, fiind văzute şi personalizate, ca în situaţia lui Cristian şi a lui Allan Mentzies, când stabilesc înţelegeri, discută cu persoanele respective, le ordonă etc. Să fie acesta doar produsul imaginaţiei unor minţi bolnave, solicitate sau excitate prea mult de vizionarea unor filme de groază? Greu de crezut, mai cu seamă că modul în care aceste fantasme sunt vizualizate astăzi de telespectatorii care au ajuns, să spunem, la un comportament schizofrenic, sunt identice ca manifestări cu cele apărute în cazul celor care se ocupă de spiritism sau de alte practici oculte (*Encausse* 2002: 70). „Magicienii Renaşterii, de altfel, ştiu şi mărturisesc că spiritele nu sunt decât fantasme care dobândesc o existenţă autonomă" (*Culianu* 1999: 172).

Pe de altă parte, caracterul distructiv al acestor fantasme pentru viaţa telespectatorilor, care ajung să fie influenţaţi şi posedaţi de ele, sunt o dovadă la fel de importantă a unei posibile influenţe demonice. Cum s-ar putea explica altfel că înşişi copiii, care au un suflet curat, ajung să ucidă sau să se sinucidă, conduşi de aceste fantasme? Să fie vorba doar de o influenţă de natură psihologică pe care imaginile din minte o au asupra acestor copii sau într-adevăr se poate pune problema unei înrâuriri venite din partea unei voinţe străine, de natură malefică?

---

29 Mihail Pselos, *Despre demoni, II,* apud I. P. Culianu, *Eros şi magie ...,* p. 198.

Magia Renaşterii sau renaşterea magiei în cultura occidentală

Magia nu este o creație a Evului Mediu sau a Renaşterii. Ea este prezentă în toate perioadele istorice, în toate culturile, născându-se sau manifestându-se pentru prima oară în istorie atunci când omul a încercat să dobândească puterea de a se face pe sine un mic dumnezeu fără ajutorul sau chiar în opoziție cu Dumnezeul Cel Adevărat.

Magia, în esență, nu urmăreşte decât instrumentarea unei puteri sau a puterii, influențarea oamenilor, lucrurilor şi chiar a istoriei, prin manipularea unor energii sau prin intermediul demonilor. Că într-adevăr se dobândeşte o putere temporară sau e vorba doar de o înşelăciune a vrăjmaşului, care duce la depersonalizare, (la posedare) şi psihoză este o chestiune care nu poate fi dezvoltată în aceste rânduri.

De ce ne-am oprit atenția asupra Renaşterii, a culturii magicului circumscrise acestei perioade istorice în spațiul occidental, luând-o drept punct de referință în cercetarea efectului magic al televiziunii? Un motiv important l-au constituit cărțile lui I.P. Culianu, prin care am avut la dispoziție o bibliografie ştiințifică extrem de bogată şi precisă privind magia, un obiect care prin natura sa ține de mister, de ocult, care în trecut putea fi cunoscut mai ales prin ritualuri de inițiere şi care, în general, nu poate fi abordat fără anumite riscuri, relativ la integritatea mentală şi sănătatea sufletească. Culianu şi-a dedicat 12 ani din viață studiului culturii magice, a fantasticului renascentist, ceea ce nu este exclus să fi constituit una dintre cauzele morții sale premature şi violente.

Având în vedere apropierea dintre experiența vizionării TV şi anumite practici sau filozofii orientale, a existat inițial tentația ca în prezentul studiu să aducem în discuție cercetări referitoare la aceste tehnici, la magicul sau demonicul cultivat în aceste culturi.

Odată însă cu avansarea studiului, ne-a devenit tot mai clar faptul că magia Renaşterii, cultura fantasticului renascentist trebuie să constituie cadrul general al analizei, deoarece televiziunea apare şi se dezvoltă în spaţiul culturii occidentale care, într-un fel sau altul, derivă, moşteneşte sau este un produs natural al Renaşterii.

„Magicianul din *De Vinculis* (principala lucrare a lui Giordano Bruno), observă Culianu [30], este prototipul sistemelor impersonale de mass-media, al cenzurii indirecte, al manipulării globale şi al brain-trusturilor ce-şi exercită controlul ocult asupra maselor" (*Culianu* 1999: 131).

Pentru un observator mai atent al fenomenului cultural occidental, un cunoscător al magiei ca tehnică şi practică, devine clar că televiziunea, psihanaliza, tehnicile de transformare a sinelui, ştiinţele manipulării şi ale schimbării de atitudine, cultura publicităţii sunt domenii anticipate – dincolo de elementul tehnologic – de experienţele şi năzuinţele magicianului renascentist (Culianu 1999: 148).

Arta memoriei, precursoare a televiziunii

Arta memoriei, un fenomen cultural sau religios care marchează cu putere gândirea şi experienţa religioasă occidentală, pe perioada Evului Mediu sau a Renaşterii, poate fi considerată, pe bună dreptate, strămoaşa sau precursoarea culturii

30 Culianu demonstrează că ştiinţele psihologice şi sociale – psihologia aplicată, psihanaliza etc. – derivă direct din magie, din metodologia şi, adesea, chiar obiectivele sale. Având în vedere scopurile declarate ale magiei – influenţarea oamenilor, controlul conştiinţelor, manipularea în general –, Culianu arată că magicianul nu a dispărut astăzi, ci se ocupă „de relaţii publice, de propagandă, de prospectarea pieţei, de anchete sociologice, de publicitate, informaţie, contrainfornaţie şi dezinformaţie, de cenzură, de operaţiuni de spionaj şi chiar de criptografie". (*Culianu* 1999: 148)

televizualului. Arta memoriei este „o tehnică de manipulare a fantasmelor", care se bazează pe ideea că tot ce se vede având „un caracter intrinsec de imagine este uşor memorabil" (*Culianu* 1999: 61).

Inițial, această „artă" pătrunde în cultura Evului Mediu, în Biserica Catolică ca o tehnică de memorare, ce urmărea, pentru a-şi atinge scopul, „suprapunerea oricărui conținut lingvistic sau noțional (în genere abstract) unei suite de imagini". Prin această asociere era favorizată învățarea sau memorizarea, întrucât amintirea imaginilor ce trebuiau să fie pline de viață, impregnate cu emoții, slujea readucerii în memorie a noțiunilor abstracte cu care acestea erau asociate. O tehnică asemănătoare se foloseşte astăzi în construcția reclamei în domeniul culturii publicitare. Imaginile cu care se făcea asocierea puteau avea şi un suport obiectiv – natura şi societatea – însă ele, în general, ajunseseră să fie „nişte fantasme produse în ocurență de facultatea imaginativă" (*Culianu* 1999: 62).

Cu timpul, *Arta memoriei* ajunge să-şi depăşească funcția utilitară, deoarece „savanții" Evului Mediu târziu şi ai Renaşterii, la întâlnirea cu gândirea neoplatonică şi cu practicile gnostice descoperă şi o funcție gnoseologică a acestei arte. În prima fază, procesul de cunoaştere facilitat de arta memoriei consta în „construirea unei lumi de fantasme menite să exprime cu aproximație realități de ordin inteligibil față de care lumea noastră nu este (după autorii neoplatonicieni n.n.) decât o copie îndepărtată sau imperfectă". „Arta memoriei a fost în cursul Evului Mediu occidental, observă Culianu, ceea ce erau în India etapele preliminare din Yoga". (*Culianu* 1999: 63)

Imaginile fiind văzute ca o expresie mai apropiată a lumii esențelor, care constituie, după neoplatonicieni, modelul lumii noastre, plăsmuirea sau identificarea imaginilor-fantasmă care reflectă, chipurile, lumea cea de sus constituia mijlocul principal în cunoaşterea lumii reale. Cu alte cuvinte, imaginile căpătau o

valoare în sine, ele fiind văzute ca nişte vehicule prin care lumea inteligibilă ni se poate descoperi sau prin care noi putem înțelege lumea în care ne aflăm. Prin aceasta se dădea mână liberă fantasmelor, fantasticului în genere, pentru reconstruirea realității, pentru generarea unei noi imagini despre lume, unei noi religii. Produsele imaginarului ajung astfel să înlocuiască, la nivel individual mai întâi, şi comunitar ulterior, datele lumii reale şi ale revelației[31].

Încă din primele faze ale folosirii fantasmelor în procesul mnemotehnic se ştia că acestea pot fi eficiente, adică au capacitatea de a se înscrie cu putere în memorie, dacă provoacă o emoție puternică. Emoțiile sunt garanția unei bune memorizări a actului care le însoţeşte sau care le produce. Astfel, prin diverse tehnici se viza excitarea intensă a facultății imaginative, se urmărea zămislirea fantastică a unor lumi interioare în care experiența individului trebuia să fie foarte vie, pregnantă, emoțională şi chiar simțuală, precum este de fapt experiența halucinatorie. Totodată, artiştii memoriei descoperă că, în deschiderea minții către această lume fantastică interioară, eroticul joacă un rol esențial. De aici şi până la întrebuințarea artei memoriei în suscitarea unor fantasme erotice, voluptuoase, la incitarea fantastică a dorinței sexuale nu mai era decât un pas.

Prin urmare, odată cu trecerea timpului, funcția utilitară a artei memoriei a fost înlocuită tot mai mult de cea speculativă. *Arta memoriei* a început să fie văzută şi folosită tot mai mult ca metodă de cunoaştere a lumii, în special a celei nevăzute. Mai târziu, ea devine tehnica predilectă a suscitării fantasmelor erotice şi chiar a satisfacerii erosului în plan imaginar (*Culianu*

---

31 Arta memoriei nu făcea decât să instituționalizeze, să dea un caracter ştiințific la vremea aceea unei experiențe sau tentații pe care omul a avut-o dintotdeauna, aceea de a-şi construi imaginar propria realitate sau propria religie, una fantasmagorică care-i satisface sau care reflectă pasiunile, construcție la care conlucrarea conştientă sau inconştientă cu demonii joacă rolul esențial. Un exemplu semnificativ îl constituie hinduismul sau religiile gnostice în general.

1999: 68-71), pentru a sfârşi, după cum vom vedea în cele ce urmează, transformându-se în magie intersubiectivă, ştiinţa dobândirii puterii magice prin intrarea în comuniune cu duhurile văzduhului. Arta memoriei devine astfel „o verigă intermediară între eros şi magie" (*Culianu* 1999: 61).

În parcurgerea acestui drum, un rol important l-au jucat traducerea scrierilor gnosticilor, a neoplatonicienilor, a tratatelor de astrologie şi magie ale Antichităţii. Acestea deschideau un nou orizont întrebuinţării *Artei memoriei* sau a înţelegerii şi interpretării fenomenelor şi realităţilor la care conduce jocul cu fantasmele, de fapt călătoriile fantastice în lumea inconştientului.

Arta memoriei sau cultura fantasmelor sfârşeşte în demonologie

Jocul cu fantasmele în care arta memoriei îl iniţia pe omul renascentist nu însemna, de fapt, observă Culianu, decât a urma „glasul fantasmelor pe care inconştientul, în blândeţea lui, îl propune" (*Culianu* 1999: 67). Unde îl călăuzeau aceste fantasme pe omul de atunci, ca de altfel şi pe cel contemporan?

Arta memoriei, arată M. Ficino, ca tehnică de manipulare a fantasmelor, joacă un rol esenţial în deschiderea sufletului pentru primirea „revelaţiei fantastice în chipul unor *figurae* (figuri simbolice)". Punerea în scenă a acestor figuri, personaje ale unor fantasmagorii interioare (...) reprezintă modalitatea prin care sufletul se deschide către aşa-zisul *oculus spiritualis* sau lumea inteligibilă a esenţelor, care în fapt este cea a inconştientului(*Culianu* 1999: 67). Acest ochi spiritual, în viziunea lui Ficino, permite aruncarea unei priviri în sus, către nivelurile „superioare" ale existenţei.

Aşadar, exercitarea fanteziei pe tărâmul fantasmelor, realizată prin arta memoriei, are ca efect deschiderea minţii către lumea interioară a inconştientului de unde provin de fapt aceste

constructe fantastice, cu toate consecințele ce rezultă de aici. În dezvoltarea ulterioară a operei sale, Ficino recunoaşte că, de fapt, prin aceste figuri simbolice, care sunt puse în scenă, sunt invocați şi atraşi „demonii sau darurile lumii însuflețite şi ale stelelor vii" (*Culianu* 1999: 187).

Magia „naturală" sau „spirituală" este primul nivel mai intelectual, mai filozofic sau mai camuflat, să spunem, la care ajunge cultura fantasticului renascentist sau cultivarea fantasmelor pe tărâmul interior al minții. Prezentarea oarecum ştiințifică a acestui fenomen magic, în fapt a comunicării cu demonii pe care cultura fantasticului o face posibilă, este justificată pe fondul unui climat destul de auster şi chiar susceptibil, precum era cel al Inchiziției Bisericii Catolice. Reținerea lui Ficino de a merge mai departe sau distincția pe care el o impune între magia naturală şi demonologie se datora temerii de a nu intra, cumva, în vizorul Inchiziției, ca promotor al vrăjitoriei. Magia pe care el o profesează este una „ştiințifică", „intelectuală", în care sunt apelate aşa-zisele spirite „superioare", şi nu dracii obişnuiți invocați de vrăjitoarele de rând.

Giordano Bruno merge mult mai departe în dezvăluirea a ceea ce înseamnă cu adevărat jocul fantasmelor inițiat de inconştient. El recunoaşte că în procesul fantastic, în actul magic, demonii joacă un rol fundamental. Totul este ca magicianul, susține el, să fie capabil să-şi stăpânească fantasmele pe care le zămisleşte pentru a nu deveni el însuşi victima lor sau a demonilor din spatele acestora. „Ai grijă, atenționează Bruno, să nu te prefaci din instrument în operator al fantasmelor". În G. Bruno, Sigillus sigillorum, II, 2, p. 193, apud (*Culianu* 1999: 134)

Magicienii Renaşterii, hrăniți din izvoarele demonologiei neoplatoniciene[32], ştiau că „demonii sunt nişte spirite invizibile care au facultatea de a acționa asupra simțului intern (facultatea

---

32 „Toate izvoarele principale ale demonologiei au fost traduse de Marsilio Ficino în latineşte." (*Culianu* 1999: 195)

imaginativă). Ei produc halucinații vizuale, auditive sau amândouă la un loc" (*Culianu* 1999: 214). Giordano Bruno arată, de exemplu, că aceste spirite „au puterea de a-i induce în eroare pe oameni prin imaginație şi prin promisiuni înşelătoare"[33].

Să nu ne închipuim că omul obişnuit al Renaşterii (ca şi telespectatorul de astăzi), care venea în contact cu această cultură a fantasticului, conştientiza că prin aceasta îşi periclitează viața sufletească. Tehnică de memorare sau gen de divertisment intelectual, arta memoriei era primită şi chiar cultivată cu interes şi plăcere mai cu seamă în contextul unei renaşteri a păgânătății, al unui complex intelectual pe care-l crea cultura şi filozofia antică. Aceasta însă nu făcea decât să prolifereze piața fantasmelor, să pregătească mințile oamenilor, să le sensibilizeze în fața atacului magic, a asaltului maleficului. Desigur, deoarece nu mulți aveau acces la cultură, la învățătură, fenomenul era destul de restrâns. Totodată, pentru unul ca Giordano Bruno, care năzuia să poată ajunge prin magie să stăpânească şi să controleze mințile indivizilor, să manipuleze masele, mijloacele de multiplicare a fantasmelor, disponibile în vremea lui, nu-i permiteau să ajungă prea departe. Puterea magicianului era limitată, depindea, în principiu, de capacitatea de a invoca şi a lucra cu puterile maleficului.

Transformarea fanteziei într-o punte a demonilor, prin vizualizarea imaginativă a fantasmelor pasionale

Această scurtă incursiune în arta memoriei şi a evoluției acesteia în istoria Renaşterii ne arată că incitarea imaginației, cultivarea fantasmelor sau deschiderea fanteziei față de sugestiile inconştientului conduce în cele din urmă la o experiență magică şi chiar la intervenția sau lucrarea demonilor. Concluzia magici-

33 G. Bruno, *De Magia III*, p. 427-428, apud *Ibidem*, p. 213. *Ibidem*, p. 214.

enilor Renaşterii, care constituie şi temeiul tehnicii de invocare a demonilor, este aceea că *în însuşi procesul vizualizării – primirea în minte sau zămislirea în interiorul acesteia a fantasmelor – este foarte probabil să se manifeste acţiunea spiritelor malefice.* „Spiritele, observă Culianu, sunt fantasme care dobândesc o existenţă autonomă printr-o practică de vizualizare semănând întru totul cu arta memoriei" (*Culianu* 1999: 172).

Aceasta nu este numai rezultatul experienţei fantastice a magicianului Renaşterii. Atât gnosticii, cât şi yoghinii plecau în călătorii fantastice, în lumi imaginare, prin intermediul aceleiaşi tehnici a vizualizării, călătorii care însemnau, după credinţa lor, pătrunderea într-o lume a spiritelor. Şamanii, indiferent de cultura căreia îi aparţineau, prin această tehnică a vizualizării veneau în contact cu demonii cu care colaborau sau de care erau posedaţi ulterior. Acest fenomen e semnalat şi de Părinţii Bisericii, cu toate că dintr-o perspectivă cu totul contrară. Biserica avertizează asupra pericolului pe care-l presupune fuga în imaginar, primirea în minte a unor scenarii fantastice, în esenţă, a nălucirilor. Sfinţii Părinţi Ignatie şi Xantopol arată că „sfinţii de mai înainte au socotit-o (vorbesc despre fantezie, mai cu seamă despre cea necuviincioasă, pătimaşă), asemenea miticului Dedal, ca o închipuire cu multe chipuri şi cu multe capete asemănătoare hidrei, ca pe un pod al demonilor. Căci blestemaţii ucigaşi trecând prin ea (imaginaţia), intră în comunicare cu sufletul şi se amestecă cu el, făcându-l un cuib de viespi şi o peşteră de gânduri sterpe şi pătimaşe" (*Calist şi Ignatie* 1979: 64, 135).

Desigur, nu în orice act imaginativ se face prezentă lucrarea maleficului. Există anumite lucrări sau fantasme care sunt însă specifice înrâuririi demonice. Biserica le identifică în acele construcţii sau scenarii mentale care incită şi hrănesc patimile, care-l leagă pe om de anumite comportamente, care-i anulează libertatea. Pentru a preveni o astfel de influenţă, Biserica îndeamnă la trezvie, la păzirea minţii, la respingerea acestor

imagini şi evitarea acelor experienţe care ar putea deschide porţile imaginaţiei pentru primirea duhurilor spurcate. Magicienii, dimpotrivă.

Giordano Bruno, în lucrarea „Sigillus Sigillorum", recomandă artiştilor memoriei din aceeaşi breaslă cu el să cultive „producerea de fantasme voluptoase. Excitaţi-vă, le spune el aproape textual magicienilor, «popoarele cele mai predispuse la plăceri erotice şi la ură sunt cele mai active (în practicarea magiei)»"[34]. Naşterea acestor fantasme în minţile magicienilor sunt garanţia prezenţei lucrării demonice pe care ei o îndreaptă către aceia pe care urmăresc să-i vrăjească. În esenţă, aceasta este specialitatea şi puterea demonilor, incitarea simţurilor, a pasionalului, în fond, a patimii.

Teatrul fantastic şi televiziunea

Am insistat asupra prezentării artei memoriei şi a consecinţelor acesteia pentru a se înţelege că fenomenul televizualului – jocul cu fantasmele iniţiat în minţile scenariştilor, regizorilor sau a actorilor şi finalizat în mintea telespectatorului – implică un imens risc pentru viaţa spirituală şi integritatea mentală a acestora.

Că ideea de televizor era anticipată încă din perioada Renaşterii ne-o demonstrează încercarea lui Camillo Delminio, din anul 1534, de a pune la punct la curtea regelui Franţei Francisc I un teatru fantastic. Prin punerea în scenă a unui scenariu magic cu personaje fantastice, publicului i se transmiteau şi i se întipăreau în minte anumite figuri sau lucrări, era introdus pe traiectul unei fantasmagorii, era iniţiat într-un proces magic. Acest proces nu mai era însă un act individual, ci colectiv, nu mai era ascuns, ocultat, ci instituţionalizat şi oficial precum este şi cazul televizi-

---

34 Sigillus sigillorum, vol. II, p. 166, apud I.P. Culianu, *Eros şi magie* ..., p. 145.

unii. Delminio a murit înainte de a-şi vedea realizat visul care, de altfel, era imposibil de împlinit cu mijloacele vremii sale.

Televiziunea nu este decât o artă a memoriei, pusă în practică cu instrumentele oferite de ştiinţa modernă

Dacă urmărim cu atenţie istoria artei memoriei sau evoluţia culturii fantasmelor în minţile oamenilor, vom constata cu uşurinţă paralelismul existent între acest fenomen cultural sau mai curând magic şi cel pe care-l constituie televiziunea în lume.

Arta memoriei, asemenea televiziunii, era la început o tehnică bazată pe observaţiile ştiinţei vremii, o tehnică despre care se spunea că uşurează învăţarea, memorizarea, cunoaşterea în general.

Ulterior, arta memoriei, ca mijloc al cunoaşterii, începe să-şi depăşească atribuţiile iniţiale erijându-se în sursă a adevărului. Practic, ea devine mijloc de reconfigurare a realităţii, de recreare fantastică a acesteia. Fantasmagoriile pe care le producea atunci această ştiinţă a psihicului uman şi pe care astăzi le configurează lumea televizualului ajungeau să constituie o lume care se revendica pe ea însăşi ca fiind mai adevărată, mai înaltă decât aceea pe care o reflectau. Lumea fantasticului înlocuieşte pas cu pas lumea reală, imitând-o şi schimonosind-o. Această „lume nouă" pe care fantasmele Renaşterii o nasc în minţile oamenilor şi cu care astăzi televiziunea ne hrăneşte devine realitatea mentală cotidiană atât pentru victima magiei Renaşterii, cât şi pentru omul modern.

Trebuie remarcat faptul că întreaga istorie a magiei în Occidentul Renaşterii îmbracă haina ştiinţificului. Aceşti magicieni nu sunt nişte vrăjitori de duzină, ci adevăraţi savanţi. Limbajul este foarte bine stăpânit în sfera unei terminologii cât mai tehnice şi filozofice. Biserica Catolică nu ar fi acceptat niciodată dezvolta-

rea acestui cult al fantasticului, dacă acesta nu s-ar fi ascuns sub o titulatură ca aceea de: *artă a memoriei, magia phisica, mathematica, magia divină* sau în spatele unor cercetări făcute prin „metoda ştiinţifică".

Televiziunea nu are nevoie de o justificare atât de elaborată, întemeiată ştiinţific, pentru a-şi desfăşura lucrarea în societatea modernă, deoarece ea însăşi este un produs al ştiinţei (descoperirea undelor electromagnetice) al tehnicii şi tehnologiei. Mesajele ei sunt însă doar camuflate, precum se întâmpla şi în timpul Renaşterii, în spatele teoriilor ştiinţifice, a obiectivităţii, a pozitivismului raţionalist. Experienţa care devine astăzi posibilă, prin intermediul televiziunii, este deschiderea orizontului fantastic, interior, deschiderea porţilor inconştientului, dându-i-se omului posibilitatea de a privi „dincolo" sau de a se lăsa furat de „jocul fantasmelor".

În faza a treia a acestui proces istoric – dezvoltarea culturii fantasticului în Renaştere sau a culturii televizualului în lumea modernă – are loc erotizarea lumii fantasmelor, cultivarea acelor fantasme care sunt încărcate, îmbibate cu pasiuni şi emoţii puternice, iubire sau ură. Astfel predominarea erosului şi a violenţei pe micul ecran este un fapt anticipabil în condiţiile în care televiziunea se dovedeşte a fi un instrument magic folosit în contextul promovării culturii fantasticului. În Renaştere, ca şi astăzi, erosul şi violenţa constituie liantul, forţa de captivare sau de seducţie a fantasmagoriilor promovate prin arta memoriei, respectiv prin televiziune, dar totodată, şi legăturile cele mai puternice cu care magicul poate înlănţui mintea omului. Ele constituie fondul sau creează platoul pe care se edifică orice act magic, prin ele putând fi incitate şi dirijate cu uşurinţă dorinţele în direcţia urmărită de magician.

Ultima fază a evoluţiei artei memoriei este cea în care, în interiorul cercurilor de specialitate ale magicienilor, se recunoaşte că în spatele fantasmelor, mai cu seamă a celor erotice sau pasi-

onale, se află lucrarea demonilor. Magicienii sunt invitați, îndemnați ca prin aceste experiențe imaginare să intre în comunicare cu demonii, să se „bucure” de sprijinul lor.

Deşi în contextul culturii societății audio-video s-a ajuns deja până la acest nivel de acțiune, câmpul fantasmelor ajungând să aibă un caracter aproape totalitar, mulți oameni nu recunosc sau ignoră posibilitatea ca înseşi puterile demonice să fie amestecate sau să intervină prin vizionare în viața oamenilor. *Doar promotorii Noii Ere recunosc şi chiar proclamă oficial pătrunderea în era revrăjirii lumii, revrăjire operată îndeosebi prin media audio-video, doar ei îi îndeamnă pe față pe oameni să asculte de guru-ul interior, de glasul care se ridică din adâncurile inconştientului (Wurtz 1992: 213).*

Atâta timp cât vizualizarea fantasmelor, primirea sau predarea pe mâna acestora pentru a trăi intens actul dramatic şi pasional implică, după cum arată magicienii, dar şi Biserica, posibilitatea intervenției sau lucrării demonilor, devine clar faptul că, în societatea modernă, televizionarea poate fi privită ca sursă sau mijloc al lucrării maleficului. Odată deschise porțile subconştientului, bătătorită această cărare – fantezia – către adâncul minții sau către lumea inconştientului, demonilor li se oferă posibilitatea pătrunderii în mintea oamenilor şi a influențării acesteia.

Imaginile unui concert sau a unei emisiuni religioase, de pildă, nu au un efect negativ decât în măsura în care cultivă apetitul pentru evaziunea în imaginar. *Fantasmele erotice şi ale violenței, însă, încă de la plăsmuirea lor în mintea scenariştilor sau a regizorilor, pot să constituie un câmp de acțiune demonică, după spusele magicienilor. La zămislirea acestora contribuie în mod obligatoriu şi demonii, căci ele nu materializează decât lucrări care le sunt proprii acestora în cel mai înalt grad. Însăşi vizionarea fantasmelor pasionale înseamnă, după magicieni, invocarea duhurilor care le gestionează.*

Cu sau fără ştiinţă, magicieni ai timpurilor moderne

Sunt scenariştii, regizorii sau chiar actorii, care imaginează şi creează violenţa sau pornografia de pe micul ecran, nişte magicieni ai zilelor noastre? După lucrarea pe care o fac – zămislesc fantasmele în spaţiul propriei minţi, le materializează în scene de viaţă şi le întipăresc pe suport electromagnetic, urmărind suscitarea emoţiilor şi pasiunilor puternice şi, în cazul publicităţii, chiar intenţionând legarea, determinarea unor comportamente –, se poate într-adevăr afirma că aceştia constituie varianta modernă, „ştiinţifică" a artiştilor memoriei, a magicienilor Renaşterii.

La această concluzie ne conduce şi urmărirea comportamentului sau a vieţii celor mai mulţi dintre aceştia. Giordano Bruno, observă Culianu, îi sfătuieşte pe magicieni să aprindă în propriul aparat fantastic – imaginaţia – „pasiuni formidabile", căci eficace cu adevărat în procesul de vrăjire este acela care „experimentează pe sine însuşi ceea ce vrea să-i producă victimei sale" (*Culianu* 1999: 145). „În recomandările pe care Bruno le face artiştilor memoriei (n.n. subliniem artiştilor) în lucrarea *Sigillus sigillorum* le spune aproape textual: «Excitaţi-vă, popoarele cele mai dispuse la plăceri erotice (libido) şi la ură sunt cele mai active (din punctul de vedere al acţiunii magice)»"[35].

Fără să fi studiat mai înainte cărţile magicienilor, mulţi dintre artiştii zilelor noastre urmează întocmai sfatul lui Bruno. Experienţa le-a arătat că excitarea simţurilor, viaţa pasională, băutura, erosul şi drogul le slujesc foarte bine scopului „creativ", în fond, plăsmuirii fantasmelor şi materializării acestora într-o operă de „artă" sau în lumea micului ecran. Astfel, e normal ca cei mai mulţi dintre aceia care devin astăzi modelele mulţimii telespectatorilor – arhitecţii hyperrealului televizual – să fie pri-

35 Giordano Bruno, *Sigillus sigillorum 22-23*, vol.II, 2, p.166, apud *Ibidem*, p. 145.

mii care desfrânează, care divorțează, dacă s-au căsătorit vreodată, care practică şi promovează perversiunile, care consumă excesiv alcool, medicamente halucinogene sau droguri. Prin actul magic al televizionării, gândurile, simțămintele, emoțiile şi senzațiile acestora – de duşmănie şi ură, de excitare sexuală sau spaimă – se transmit tuturor celor care se împărtăşesc din fantasmele sau lucrările demonice transmise prin intermediul micului ecran.

Diferența dintre magicienii de astăzi – scenarişti, regizori, actori, arhitecți ai conştiințelor şi preferințelor mulțimii – şi cei din trecut este dată de gradul în care sunt conştientizate actele magice la care participă sau pe care le inițiază.

Artiştii memoriei sau magicienii Renaşterii erau conştienți că în procesul fantastic al acțiunii pe care o întreprind aplică o tehnică magică având nişte reguli precise şi că în acest proces colaborarea cu demonii este inevitabilă, deoarece plăsmuirea fantasmelor pătimaşe conduce automat la intrarea într-o relație intimă cu aceştia, la invocarea duhurilor, a căror energii sunt puse astfel în lucrare. Artiştii de astăzi însă, pe fondul unei culturi secularizate şi scientizate, sunt în mare parte convinşi că plăsmuirea fantastică a scenelor pasionale este un act creator, iar implicarea empatică trezită în masa publicului este dovada forței de expresie a actului artistic căruia i-au dat viață.

Aceşti oameni sunt, de fapt, primele victime ale fantasmelor pe care, ei înşişi le-au trezit la viață, a energiilor demonice pe care în mod inconştient, le-au declanşat şi le-au pus în lucrare. Fără să-şi dea seama, amăgiți de imaginea succesului (altă fantasmă) sau de promisiunea unei vieți generoase în satisfacerea plăcerilor, aceşti „artişti", prin transformarea propriei minți într-o fabrică de fantasme sau cuib de viespi, îşi distrug viața, îşi şubrezesc la maximum sănătatea mentală. Lipsiți de familie, cu o viață dezordonată, adesea implicați în tot felul de scandaluri sexuale, adepți ai evaziunii în imaginar, ai excitantelor puternice –

băuturi sau droguri –, irascibili şi dezechilibraţi, aceşti artişti devin pacienţii spitalelor de psihiatrie pentru a-şi trata obsesiile, asteniile psihice, tulburările de personalitate şi, în destule cazuri, chiar sindroame schizofrenice[36].

În afara acestor victime – oameni care se amăgesc cu dobândirea succesului şi a plăcerilor mult visate – există şi acei „artişti" care se preocupă mai mult de aspectul „religios" al actului „creator", înţelegând că, de fapt, puterea creatoare în zămislirea fantasmelor pasionale – eros, violenţă, magic în mod esenţial – este una de natură strict demonică. Mulţi dintre aceştia, în zilele noastre, se folosesc în mod conştient de aceste puteri pentru a dobândi eficienţa şi succesul, şi, precum autoarea cărţii *Harry Potter*, declară, în mod public, apartenenţa la cultul satanic. Degradarea vieţii personale şi a sănătăţii mentale în cazul acestora este mult mai rapidă şi adesea ireversibilă.

Pentru a nu se înţelege cumva că toţi cei care lucrează în domeniul producţiei de imagine sunt victime ale fenomenelor descrise anterior, am subliniat în mai multe rânduri că ne referim în special la scenariştii sau regizorii care produc scene de groază, pornografice sau acele scenarii care excită puternic pasiunile şi simţurile. Aceasta nu înseamnă că, în general, cei care lucrează în domeniul producerii fantasmelor nu riscă într-o anumită măsură, mai mult decât în alte domenii de activitate, să ajungă

36 Iată cum descrie doctorul P. Boudo starea psihică a mediumurilor – cei care lucrează cu spiritele, cu demonii – sau a celor care sunt instrumentele acestora: „În cazul mediumurilor există o diminuare a personalităţii, o dezagregare mentală, o micşorare a puterii de sinteză, o sărăcire a spiritului; ei sunt psihoastenici, iar producţiile lor sunt vise de bolnavi. Spiritismul realizează o contraeducaţie, slăbeşte voinţa şi livrează spiritul adepţilor răului, tuturor fanteziilor inconştientului. Periculos din punct de vedere mental, este la fel şi din punct de vedere moral". Ph. Encausse, *Ştiinţe oculte şi dezechilibre mentale,* Dacia, 2002, p. 70. Acesta este, cu alte cuvinte, rezultatul acţiunii demonilor asupra minţii umane. În măsura în care fantasmele cultivate de televizor în subconştientul telespectatorilor au consecinţe asemănătoare celor descrise mai sus pentru viaţa psihică a indivizilor, nu este deloc exagerat să spunem că televiziunea favorizează o influenţare demonică a minţii telespectatorilor.

victime ale acestora. Pe de o parte, trebuie luate în seamă riscurile pe care le implică incitarea permanentă a fanteziei (vizualizarea imaginativă sau plăsmuirea fantastică), forțarea porților inconştientului şi pe de altă parte, faptul că întregul act televizual – producerea şi transmiterea unor imagini-fantasmă în scopul influențării publicului – este în esență un act magic. Şi ca în orice act magic intervenția puterilor demonice încă de la inițierea procesului şi până la finalizarea lui în mintea şi în viața telespectatorului devine o posibilitate.

Se poate vorbi de o intervenție a lucrării demonice pe parcursul vizionării TV?

Conform învățăturii magicienilor şi a experienței magicului vizualizarea fantasmelor, a celor pasionale îndeosebi, nu înseamnă altceva decât invocarea demonilor şi a lucrării acestora. Aceasta se realizează atât la nivelul plăsmuirii scenelor pătimaşe în mintea scenariştilor şi a regizorilor – pătrunderea acestora în orizontul conştiinței prin poarta inconştientului –, cât şi în cazul primirii lor în minte de către telespectatori prin intermediul văzului şi auzului.

În concluzie, odată vizionate scenele erotice (luăm ca exemplu aceste cazuri limită deoarece efectul este mult mai evident) sau atunci când sunt experimentate plăcerea sau spaima, demonii îşi fac simțită prezența în mintea telespectatorilor. Lucrarea se intensifică şi procesul magic avansează odată cu creşterea numărului orelor petrecute în fața televizorului, urmărind aceste scene, proporțional cu gradul implicării afective, cu uitarea de sine pe care telespectatorul o trăieşte de-a lungul vizionării. Astfel, fantasmele vor căpăta o autonomie tot mai mare în mintea telespectatorului şi, odată cu acestea, demonii care le stau în spate se vor împuternici tot mai mult în spațiul conştiinței indivi-

dului. Tensiunea dorinței va crește incitată permanent de prezența acestor fantasme, rațiunea va fi tot mai puțin critică, iar cugetarea tot mai mult subjugată obiectivelor țintite de fantasme.

Satisfăcută imaginar prin vizionarea de alte și alte filme sau prin plăsmuirea unor scenarii mentale, dorința se va aprinde atât de puternic, încât va cere tot mai insistent, mai tiranic materia, satisfacerea fizică, în planul real, împlinirea acțiunii dictate de actul magic. Este momentul în care demonii își manifestă pe față intenționalitatea distructivă, când imaginile vizuale și auditive sunt foarte pregnante până la nivelul halucinatoriului, tulburând puternic mintea atât în timpul zilei, cât și al nopții. Acesta este stadiul în care fantasmele devin prezențe constante în viața oamenilor, adevărați interlocutori ai unor dialoguri mentale. Pentru unii ca Allan Mentzies fantasmele vor depăși granițele lumii interioare, ajungând să populeze chiar și realitatea cotidiană a individului, caz în care medicii vor diagnostica schizofrenia. În general, această comunicare sfârșește în boală mentală – psihoză afectivă sau schizofrenie –, în sinucidere sau chiar în crimă.

De fapt, esența actului magic nu este altceva decât creșterea unor firave apariții, închipuiri, la sânul minții până când acestea, hrănite imaginativ în contextul stârnirii poftei, a cultivării emoțiilor pasionale, ajung să devină fantasme capabile să sugrume mintea cu lanțurile dorinței, să o împingă prin plăcere sau durere la făptuirea pe care o urmăresc. Este evident că, în situația în care prezențele malefice aflate în spatele acestor fantasme s-ar arăta în chipul lor real, oamenii dintru început ar respinge atacul fugind către Biserică sau către Dumnezeu[37]. Așa însă, amăgiți, primesc aceste prezențe străine în suflet, le înfiază, se unesc cu ele cu plăcere, lăsându-se astfel în mod treptat pe mâna lor, transformându-le în idoli sau stăpâni.

---

37 „Căci dracii au obiceiul să vorbească cu sufletul și să-l învețe păcatul prin gânduri, ascunzându-se de el. (...) Aceia dau chip păcatului în gânduri sau în zugrăviri de năluciri în minte precum voiesc." Isihie Sinaitul, *Filocalia IV*, Harisma, București, 1994, suta a II-a, capetele 71 și 71, p. 102.

Să nu ne imaginăm că fantasmele sau demonii ar putea ajunge să robească mintea dacă oamenii înşişi nu le-ar da această putere, nu i-ar hrăni, încuraja sau nu li s-ar îndatora şi, bineînţeles, dacă nu L-ar părăsi pe Dumnezeu, lepădându-se nu numai de credinţa în El, de faptele şi poruncile Lui, ci şi de raţiune sau conştiinţă ca paznici şi mărturisitori ai Adevărului în sufletul omului. Omul însuşi, ascultând de glasul seducţiei, invocă prin dorinţa de plăcere aceste prezenţe fantastice, se îndatorează lor urmându-le lucrarea.

Înaintea apariţiei televiziunii, a mediei audio-video, acest proces fantastic de vrăjire a minţii era declanşat şi dirijat îndeosebi dinlăuntrul acesteia, de dincolo de porţile inconştientului, deşi nu lipseau ispitirea prin văz şi auz. În epoca televiziunii, procesul fantastic este iniţiat în principal prin vizionare, este instituţionalizat devenind practică socială sau obicei cotidian. Mintea omului, conştiinţa acestuia se află astăzi la mijloc între bombardamentul cu imagini sau scene pasionale ale televiziunii şi tirul fantasmelor inconştientului. Confuzia creşte până la punctul în care nu se mai poate face diferenţa între unele şi celelalte, lucru pe de o parte normal, deoarece toate aceste fantasme au aceeaşi structură, sorginte şi intenţionalitate.

Inconştientul mediatic al lumii televizuale îşi găseşte cel mai bun interlocutor şi partener în inconştientul fiecărui individ în parte, având acelaşi scop – întunecarea conştiinţei şi supunerea minţii comandamentelor fantasmelor şi, într-o anumită măsură, lucrării demonilor. Cu toate că pare alarmistă sau absurdă această concluzie, mai cu seamă iubitorilor de televiziune, ea decurge logic nu atât din punctul de vedere al învăţăturii Bisericii – care se consideră a fi „înapoiat" de către fanii culturii moderne –, cât din definiţia şi învăţătura „ştiinţifică" a magicienilor.

M. Ficino, C. Delmino sau G. Bruno – savanţi şi magicieni sau oameni de cultură studiaţi şi admiraţi ca reprezentanţi ai culturii Renaşterii – ar fi mândri astăzi văzând în televiziune întruparea

visului lor sau al tuturor celor care şi-au propus să stăpânească indivizii, mulţimea şi lumea prin puterea şi lucrarea magiei.

Paradoxul este acela că, într-o societate occidentală, unde zeci de milioane de oameni apelează regulat la serviciile astrologilor, vrăjitorilor sau ale spiritismului, unde oamenii, chiar dacă sunt semiatei, sunt atraşi irezistibil către practici meditative, magice, către mijloace evazioniste – băutură, erotism, drog –, oamenii sunt atât de puţin conştienţi sau dispuşi să accepte faptul că prin televiziune pot fi influenţaţi magic sau faptul că, în timp, prin vizionarea excesivă, mai cu seamă a scenelor erotice şi de violenţă, pot fi influenţaţi de lucrarea demonilor într-un grad mai mic sau mai mare.

Este adevărat, aspectul ştiinţific, tehnologic şi obiectiv al televiziunii şi, mai nou, al calculatorului (internet sau jocuri) maschează destul de bine caracterul magic al acţiunii acestora. Însă dovezile care ne parvin – crimele, violurile, sinuciderile sau bolile psihice corelate cu vizionarea TV –, ar trebui să dea întrucâtva de gândit omului contemporan care, chiar dacă exultă şi idolatrizează spiritul ştiinţific, nu este consecvent până la capăt în aplicarea lui spre înţelegerea realităţii.

Cultura modernă, prin forţa televizualului şi a ideologiei nihiliste, a produs şi induce în continuare o transformare profundă în conştiinţa indivizilor, întunecând-o într-o asemenea măsură încât omul, slăbit şi ameţit de bombardamentul fantasmelor televizualului sau ale mass-mediei în general, nu mai este capabil să discearnă, nu mai ştie exact ce se întâmplă cu el şi acceptă cu bunăvoinţă şi recunoştinţă sugestiile sau soluţiile oferite de societate, se lasă dus de val în direcţia în care merge toată lumea.

O perspectivă creştină

De ce nu am analizat efectul magic al televiziunii plecând de la învăţătura Sfinţilor Părinţi ai Bisericii, care este atât de bogată

şi de precisă în descrierea luptei duhovniceşti a creştinului? Motivul principal, după cum reiese dintr-un capitol anterior, a fost acela că această cultură a imaginii, a publicității, a divertismentului şi eroticului, în care ne scufundăm astăzi, nu este decât o moştenitoare a culturii magicului renascentist. Culianu constată, în urma a peste 12 ani de studiu, că ceea ce se petrecea în perioada Renaşterii în laboratoarele magicienilor, ceea ce se teoretiza în savantele sau ocultele lor tratate despre cum poate fi condusă lumea prin puterea magiei a ajuns astăzi management politic sau economic, practică socială, mai general, metodă ştiințifică. (*Culianu* 1999: 146-153) În contextul acestei culturi, televiziunea se dovedeşte a fi instrumentul ideal în inițierea şi dirijarea procesului magic în mintea oamenilor.

Prin urmare, pentru a înțelege care sunt mecanismele pe care le pune în mişcare tehnologia audio-video am considerat necesar a prezenta cadrul cultural şi istoric mai larg în care televiziunea se naşte şi este folosită.

Dar pentru a nu lăsa anumite semne de întrebare privind înțelegerea creştină a fenomenului, vom încerca în câteva rânduri, să trasăm câteva repere. Dacă timpul şi vremurile ne vor îngădui, nădăjduim ca pe viitor să putem propune cititorului român spre reflexie şi o perspectivă duhovnicească a ceea ce înseamnă televizualul şi cultura pe care acesta o naşte.

Cu toate că învățătura magilor cu privire la sufletul omului şi la modalitățile de influențare a acestuia este destul de elaborată, realistă şi eficace în ceea ce urmăreşte să facă, ea este mult limitată. Aceasta, deoarece priveşte din unghiul de vedere al unei lucrări malefice, demonice, care urmăreşte manipularea, posedarea minții omului. Ea prezintă numai modul în care mintea poate fi atacată şi biruită, nu şi temeiurile sau mecanismele prin care mintea se poate apăra, eliberându-se de aceste influențe.

Experiența creştină, în special a asceților, luptători ai lui Hristos pe câmpul de bătaie al minții cu duhurile întunericului,

ne oferă o perspectivă mult mai profundă, complexă şi, desigur, cea adevărată asupra acestui război nevăzut. Ea descrie sau învață atât modalitatea în care mintea este atacată, cât şi cea prin care se poate apăra.

Războiul pe care-l duce mintea împotriva duşmanului nevăzut este numit de Biserică ispitire a omului. În urma acestuia, omul poate să iasă biruitor sau să fie biruit. Mecanismul ispitirii şi strategia de atac în acest război nevăzut, aşa cum sunt cunoscute şi descrise de Părinții Bisericii, seamănă structural cu etapele procesului magic teoretizate de „specialiştii acestei ştiințe".

1. În prima fază a ispitirii – atacul sau momeala –, recunoaştem cu uşurință cea dintâi etapă a procesului magic. Momeala sau atacul este „gândul simplu sau chipul lucrului născut de curând în inimă, ce se arată minții" (*Filotei Sinaitul* 1994 134). „De obicei – spune părintele Dumitru Stăniloae – această primă trezire a unei pofte, prima apariție a momelii în conştiință e prilejuită de vederea unor lucruri externe. Atunci intră în lucru amintirea unui păcat repetat". Întâlnim, ca şi la magicieni, cele trei porți principale de intrare: văzul, auzul şi imaginația.

Se spune „momeală" pentru că, în viziunea Părinților Bisericii, aceasta este aruncată de diavol pentru a prinde, a pescui prin ea sufletul, mintea omului. Atunci când dăm atenție momelii, spun părinții, vrăşmaşul şi-a aruncat deja ancora în portul conştiinței noastre.

2. Însoțirea este, după Sfântul Ioan Damaschin, „primirea gândului pe care ni l-a adus vrăjmaşul şi convorbirea cu gândul sau însoțirea acestui gând fie cu patimă, fie fără patimă" (*Filotei Sinaitul* 1994 134).

Aşadar, însoțirea presupune două stadii: în primul stadiu mintea se preocupă de acel gând sau imagine, primindu-l fără patimă, iar în al doilea, când deja gândul ațâță dorința sau patima respectivă. Omul începe să-şi amestece propriile gânduri şi imagini cu cele semănate de diavol. Din această preocupare cu

ea, „nălucirea creşte şi sporeşte şi mai mult, ca să pară minţii care a primit-o şi pe care a prădat-o, vrednică de iubit, frumoasă şi plăcută" (*Filotei Sinaitul* 1994 134). Este faza în care raţiunea este luată ca aliat, „formulând în favoarea ei argumente, convingându-ne să trecem în totalitate sau cu anumite rezerve de partea ei. Este faza de învestire cu temeiuri raţionale, mai bine zis, cu false temeiuri raţionale a poftei trezite" (*Stăniloae* 1992: 86), faza în care cugetarea îi descoperă nălucirii „raţiunea" sau „îndreptăţirea". Recunoaştem în această fază canalizarea imaginaţiei către obiectul urmărit de magician – legătura propriu-zisă – fenomen care are loc în cea de-a doua etapă a procesului magic.

3. Consimţirea, ultima fază înaintea făptuirii, „este învoirea cu plăcere a sufletului cu ceea ce s-a arătat". În acest moment, omul se învoieşte deplin cu gândul, primeşte să-l urmeze şi să-l treacă în faptă, predându-se cu totul plăcerii născute din el (*Larchet* 2001: 429).

Unii Părinţi împart această etapă în două, considerând că, odată consimţind şi lucrând în minte plăcerea, omul devine rob al gândului respectiv, el fiind atras de data aceasta cu putere spre făptuire, chiar dacă în adâncul conştiinţei lui nu-şi doreşte acest lucru. Această fază este văzută de unii Părinţi separată de consimţire, purtând numele de robire. Consimţirea seamănă izbitor cu cea de a treia etapă a procesului magic, în care dorinţa se intensifică până la dominarea completă a facultăţilor sufletului uman, având puterea de a împinge individul către făptuirea propusă de gândul pătimaş sau de scenariul demonic.

4. Făptuirea este ultima fază, când omul făptuieşte păcatul pe care, prin consimţire, îl lucrase deja în minte. Pentru magicieni aceasta este etapa plăcutei folosinţe a obiectului care a iniţiat operaţiunea magică (*Culianu* 1999: 138). Magii o numesc plăcută pentru că făptuirea, atunci ca şi în epoca noastră a publicităţii şi a divertismentului, este prezentată ca sinonimă cu

fericirea individului, în scopul atragerii oamenilor în capcana iluziei. Puterea se poate obține în primul rând prin înșelare. De fapt, în majoritatea cazurilor, plăcerea nu este fericirea căutată, ci doar o micșorare a tensiunii psihice, a tiraniei cu care fantasmele chinuiesc mintea, dar aceasta o înțeleg puțini, majoritatea prea târziu.

În concluzie, atacul se dă ori prin vedere și auz, ori prin imaginație, el reușește să atragă atenția și învoirea rațiunii (a cugetării), să producă aprinderea plăcerii, pentru o deplină unire a minții cu gândul respectiv. Pe urmă rațiunea, învoindu-se și ajungând să slujească acestui proces fantastic de satisfacere a poftei – păcatul în sine – este practic înrobită de gândul sau imaginile pe care acesta le zămislește.

Diferența fundamentală între descrierea făcută de Părinții Bisericii războiului nevăzut dus împotriva minții și cea făcută de magicieni se poate vedea în faptul că magicienii prezintă puterile sufletului uman ca fiind impersonale, sub forma unor mecanisme care trebuie cunoscute pentru a putea fi stăpânită tehnica manipulării magice, pe când creștinismul privește totul prin prisma persoanei, a relației personale dintre om și Dumnezeu și a vicleniei cu care diavolul încearcă să surpe această relație.

Momeala, în lectura Sfinților Părinți, nu este decât mijlocul prin care diavolul încearcă să atragă atenția minții.

Însoțirea este dialogul pe care mintea începe să-l poarte cu gândurile străine, dialog care la început poate fi nepătimaș, rodul curiozității și al naivității, pentru ca mai târziu să devină interesat în vederea hrănirii patimii pe care momeala deja a aprins-o. În această etapă, glasul conștiinței individului, vocea lui Dumnezeu în inima lui este încă suficient de puternic, încât omul să nu se lipească cu toată inima de scenariile păcatului care încep să se desfășoare în fața ochilor minții. Acum el caută să-și amăgească conștiința că, de fapt nu face nimic rău urmărind acele scenarii. Este momentul construirii autojustificărilor, proces în care dia-

volul va avea un rol foarte important, bineînțeles, ascunzându-se în spatele unor idei, imagini şi stări afective, a unor conjuncturi favorabile ispitirii, vrăjirii omului. Rațiunea acestuia începe astfel să se desprindă tot mai mult de Cel care o lumina, de glasul lui Dumnezeu care cu delicatețe o călăuzeşte. Autonomia pe care, chipurile, o dobândeşte rațiunea în această fază a ispitirii nu este altceva decât părăsirea lui Dumnezeu, a Împăratului şi a Împărăției Sale sădite în inima omului de la botez şi înrobirea treptată de către „stăpânitorul acestei lumi"[38] prin legătura patimilor.

Astfel se explică de ce magicienii, pentru a-l vrăji şi lega pe om de comportamentul dorit de ei, urmăresc să-i supună şi să-i înrobească rațiunea. Atâta timp cât în centrul minții se găseşte Hristos, cât rațiunea este luminată de El, voința fiind liberă, vrăşmaşul nu are putere asupra sufletului omului.

În a treia fază, a ispitirii, subiectul este deja legat cu putere prin patimi de comportamentul dictat de fantasme, în fapt, de diavol, arată Sfinții Părinți. Este faza robiei care va duce inevitabil la făptuire, dacă omul nu se va întoarce cu tot sufletul la Dumnezeu.

Acest proces al ispitirii se desfăşoară pe toate treptele căderii omului din legătura, conştientizată sau nu, cu Dumnezeu. Ca şi în cazul vrăjirii, ispita poate fi mai mică sau mai mare corespunzător unei legături magice mai slabe sau mai puternice. Putem fi ispitiți să judecăm pe cineva, să ne certăm, să urâm sau chiar să ucidem în funcție de intensitatea lucrării vrăşmaşului în sufletul omului, proporțional cu gradul de înrobire.

Privitor la modul în care ispita poate lucra prin televizor, nu vom face decât câteva observații. Altminteri, marea parte a analizei desfăşurate anterior poate fi recuperată şi în viziunea învățăturii ascetice a Bisericii, dându-i-se o lectură corespunzătoare.

---

38 „Nu voi mai vorbi multe cu voi, că vine şi stăpânitorul acestei lumi şi el nu are nimic în Mine". Ioan 14, 30.

Deschizând televizorul şi uitându-ne, nu facem altceva decât să ne cuplăm la o sursă străină de impresii, care ne vor invada mintea şi sufletul. Nici nu se mai poate vorbi de momeală sau atac, căci orice imagine sau construct fantastic de pe micul ecran pătrunde în mintea noastră fără a întâmpina vreo piedică. Din punct de vedere neuropsihologic, starea mentală a telespectatorului în fața televizorului favorizează în mod deosebit acest lucru.

Faza *însoțirii* are loc în mod automat atunci când ne uităm la televizor. Urmărind scenariile, acestea ni se întipăresc cu putere în adâncul minții, stârnind patimile care se află codificate în structura lor: dorința de a avea anumite lucruri, dorința erotică, mânia etc.

Urmărind în mod automat raționamentul cu care fantasmele de pe micul ecran se îndreptățesc, cugetarea se va lăsa convinsă de „îndreptățirea" pe care acestea o au de a fi ceea ce sunt şi de a fi bine primite în minte. În orice film sau emisiune, există o autoargumentare sau o autojustificare implicită sau explicită.

Într-un film cu scene violente actele de agresiune se justifică, spre exemplu, ca fiind pedeapsa binemeritată pe care personajul negativ trebuie să o primească. Este de ajuns să fie aruncată vina asupra cuiva, pentru a fi justificată violența.

În filmografia mai recentă s-a ajuns până la situația în care faptele rele, violente, desfrânate se justifică doar prin plăcerea şi prin sentimentul puterii pe care le produc telespectatorului. Mesajul implicit este mai mult decât pervers şi constituie o adevărată batjocură drăcească. Un act de violență sau un viol vor fi justificate, pur şi simplu, printr-o învoire subînțelesă între producător şi telespectator, de tipul: „Eu îți ofer ceea ce îți place şi amândoi ştim lucrul acesta". Despre telespectatorii care se complac în această situație se poate afirma că sunt deja împătimiți. Ei nu mai necesită vreo argumentare rațională, singura justificare fiind doar plăcerea produsă.

Însuşi faptul urmăririi acestor programe presupune şi acceptarea plăcerii pe care o produc imaginile respective. Am văzut anterior că impactul televiziunii este prin excelență unul dramatic, intens emoțional şi chiar erotic (*Marion* 2000: 84). Astfel că prinderea minții prin plăcere, însoțirea şi unirea minții cu aceste fantasme, este inevitabilă încă din timpul vizionării. Cu cât emoția este mai intensă, cu atât impresia ei este mai puternică şi, în mod proporțional, mintea îmbrățişează mai strâns imaginile sau realitățile văzute. Consimțirea este şi ea o etapă cuprinsă într-un grad mai mare sau mai mic în procesul vizionării. Ea depinde de gradul de întipărire a celor vizionate, de identificarea şi intrarea în empatie cu personajele micului ecran.

S-a putut constata că, prin vizionare, se produce într-o măsură mai mare sau mai mică o proiectare a minții noastre, ca un automatism psihologic, în spațiul realității prezentate în film; ne identificăm cu unele personaje (de obicei, cu cel principal) şi empatizăm, trăind intens sentimentele acestuia, succesele sau căderile, necazurile sau plăcerile lui. Este, practic, o experiență de evaziune în imaginar cu caracter euforic. Sunt unii care se entuziasmează de ceea ce văd, îşi doresc nespus să trăiască în realitate cele din film sau trăiesc cu o plăcere deosebit de intensă cele văzute. Alții trăiesc toate acestea într-un grad mai redus[39].

În funcție de acest grad de implicare, se poate evalua măsura în care telespectatorul a consimțit la păcatul respectiv. Repetarea vizionării nu face decât să fixeze dorința pătimaşă, hrănind pa-

---

39 Implicarea este proporțională cu sensibilitatea individului respectiv sau, de asemenea, cu dorințele pătimaşe ale acestuia. În cazul unui om curat la suflet, la vederea unor lucruri murdare la televizor, chiar dacă va exista psihologic sau neurologic tendința de a se insera pasiv în mediul din film, este posibil ca el să resimtă în acelaşi timp o repulsie izvorâtă din această apropiere forțată hipnotic a acelor mizerii şi, prin urmare, să oprească vizionarea, schimbând programul sau părăsind camera. De aceea, în general, oamenii se uită la televizor la lucruri care, chiar dacă sunt pătimaşe, se află la limita până la care coboară simțul moral al omului respectiv. Vizionarea, însă, prin stimularea dorinței, presupune o continuă coborâre a barierei morale, o acceptare mereu mai mare a provocărilor demonice.

tima până la inevitabila făptuire a comportamentului pe care-l condiționează fantasmele.

Este important de observat faptul că unii părinți, ca Sfântul Marcu Ascetul, consideră că abia în faza consimțirii gândul sau nălucirea se va întrupa în imagini, căpătând contur și pregnanță. Apariția imaginii constituie deja un stadiu avansat al procesului de impresionare a minții și a simțurilor. „Momeala – spune Părintele Stăniloae – este un gând simplu al unei eventuale fapte păcătoase, nezugrăvindu-se nici o imagine concretă a acelei fapte și a împrejurărilor în care ea s-ar putea săvârși. Sunt și cazuri însă, când se stârnește dintr-odată patima ca un foc ce se aprinde imediat" (*Stăniloae* 1992: 86).

Prin urmare, în condițiile în care apariția imaginilor pătimașe în fața ochilor minții constituie o fază avansată a procesului de ispitire, televiziunea, lucrând direct cu imagini, grăbește mult procesul influențării minții, atingerea fazei consimțirii pătimașe cu faptele vizionate. Puterea pe care o are televizorul de a ne trece rapid prin cele trei stadii ale asaltului asupra minții (momeala, însoțirea și consimțirea), ne duce cu gândul la un caz mai rar în fenomenologia războiului minții, acela al aprinderii bruște a imaginației și a dorinței, caz pe care îl descrie Părintele Stăniloae.

Televiziunea se vădește a fi nu doar mașina visării colective sau a unei halucinații consensuale (*Tudor* 2001: 108), ci și mijlocul ideal pentru împătimirea oamenilor, pentru supunerea și înregimentarea lor în comandamentele înșelării colective a omenirii.

Concluzii

Cele expuse până acum dovedesc cu prisosință că televiziunea este un mijloc extrem de bine adaptat unei funcții magice, vrăjirii nu numai a câtorva persoane, ci chiar a întregii societăți. Televiziunea oferă posibilitatea ca fantasmele născute în mințile câtorva indivizi, materializate în scene jucate de oameni adevărați sau plăsmuite pe calculator, să fie imortalizate pe bandă, transmise pe calea undelor şi proiectate pe ecranele TV şi, în final, a minților a mii, sute de mii şi milioane de telespectatori. Aceste fantasme inundă subconştientul celor care vizionează (ajutate fiind de tehnologia video), slăbesc simțul critic şi ameţesc raţiunea, activează cu putere emoţiile, modelează imaginaţia, înrâuresc gândirea şi dirijează comportamentul indivizilor către scopul dorit de creatorii programelor TV.

Televizorul a ajuns, după cum sesizează sociologul G. Namer, „vocea lăuntrică sau îndreptarul secret care-l obligă pe individ să vrea să fie, să facă, să se comporte, aşa cum i se induce subtil" (*Tudor* 2001: 75). El ne arată cum să ne îmbrăcăm, ce să cumpărăm, ce să apreciem şi ce trebuie să ne dorim pentru a fi fericiți, cum să ne orânduim viața personală. El ajunge să configureze un întreg orizont de preocupări şi conştiință pentru oamenii de pretutindeni.

Această lucrare în care oamenii sunt teoretic liberi să facă sau să aleagă ce vor, dar de fapt sunt dirijați sau controlați până în cele mai mici gesturi sau ascunzişuri ale subconştientului este prin excelență una de ordin magic. Exact aceste lucruri le urmărea şi realiza în trecut magia, doar că la o scară mai redusă. Visul de a dispune de un asemenea instrument, prin care să poată fi controlată conştiința umană şi conduce lumea, nu aparține modernității.

În urmă cu 425 ani, Giordano Bruno, punând bazele teoretice ale magiei ca „ştiință, instrument psihologic infailibil întru

manipularea maselor şi a individului uman" (*Culianu* 1999: 129), definea magia ca fiind „un sintetizator producător şi receptor de fantasme" (*Culianu* 1999: 137). El vedea magia ca pe o tehnică sau mijloc prin care magicianul îşi poate arunca „plasele" sau „momelile" fantastice, pentru a prinde în ele minţile indivizilor. Aceştia, legaţi cu firele nevăzute ale dorinţelor, vor putea fi manipulaţi după voia magicianului care astfel îşi va putea realiza „visul de stăpân universal – să dispună după plac de natură şi de societatea umană" (*Culianu* 1999: 129). Mijloacele vremii nu permiteau însă aplicarea pe scară largă a teoriei lui G. Bruno. Construcţia acestui instrument magic, piatra filozofală a magicienilor şi a urmaşilor lui Bruno, a celor care-şi doreau să influenţeze destinul omenirii, să stăpânească şi să controleze lumea, mai avea de aşteptat câteva sute de ani. Cât de bine este adaptată tehnologia audio-video, acestei funcţiuni magice reiese din scrierile lui Al. Kindi, celebru astrolog, filozof şi magician arab, care a trăit în urmă cu aproape 1200 de ani.

Al-Kindi descrie actul magic ca pe unul energetic, care are la bază raza sau radiaţia şi care „îşi trage chiar din acest principiu posibilitatea de existenţă, constând în a emite radiaţii a căror lungime de undă să poată întâlni posturile de recepţie vizate de operator. Destinatarii mesajului vor fi constrânşi să reacţioneze la ele în funcţie de intenţia imprimată în radiaţie. Aceasta înseamnă că omul dotat cu un sintetizator fantastic (o facultate mentală, un mijloc sau chiar o maşină de plăsmuit imagini-fantasme) va putea să producă potrivit lui nişte afecte pe care le va lansa în spaţiul pneumatic înspre spiritul receptor al altui individ." (*Culianu* 1999: 170)

Scrierile lui Al. Kindi sunt poate cea mai sintetică şi mai limpede mărturie a faptului că televiziunea este un instrument ideal, făcut parcă special pentru manipularea magică a mulţimilor[40].

40 Această descriere a operatorului magic, dacă nu ar fi fost făcută de unul din strămoşii magicienilor sau a celor care dintotdeauna au căutat să stăpânească sau să

Televiziunea înlesneşte transmiterea fantasmelor printr-un efect radiativ (având ca purtătoare undele electromagnetice) de la emiţător – scenarist, regizor, creator de programe sau grupul de interese al canalului respectiv – către receptori – minţile telespectatorilor, care reacţionează potrivit intenţiilor sau afectelor imprimate în scenele sau imaginile iradiate.

În ceea ce priveşte efectul magic al televiziunii, lucrul cel mai grav nu este atât faptul că prin aceasta oamenii sunt făcuţi să cumpere obiecte de care nu au nevoie, să dorească lucruri care nu-i vor face fericiţi, să urmeze comportamente care nu-i reprezintă, cât acela că miile de ore petrecute în faţa televizorului, conectaţi la această maşină fantastică, induce o importantă transformare în conştiinţa telespectatorilor. Se cultivă astfel o deschidere, o sensibilitate bolnavă pentru experienţele evaziunii în spaţiul imaginar, în fantastic, pentru consumul de droguri, pentru practici orientale sau fenomene oculte, se produce de asemenea un scurtcircuit între lumea subconştientului şi cea a conştiinţei, premisă pentru apariţia unui sindrom schizofrenic.

Mintea omului se învaţă de la televizor, atât în planul psihic, cât şi în cel neurologic să gândească puţin, să fie total necritică, deschisă şi fără discernământ în faţa oricărei experienţe, să se încredinţeze repede sugestiilor fantasticului şi să caute cu aviditate plăcerea sau euforia. Obişnuindu-se cu starea de pasivitate, ea se va lăsa sedusă sau atrasă cu uşurinţă în capcana experienţelor sau scenariilor fantastice care promit plăcerea; mintea omului modern devine, astfel, o pradă uşoară în faţa oricărui atac al fantasmelor venite din subconştient şi al acelora care, în general, se ascund în spatele lor.

Practic, televiziunea favorizează deschiderea porţilor subconştientului, acel scurtcircuit între subconştient şi conştient, situaţie în care fantasmele depozitate sau născute înlăuntrul acestuia (ca

---

manipuleze istoria, ar fi putut fi luată drept scriere profetică, în ceea ce priveşte apariţia televiziunii.

produs al imaginației sau prin influență demonică) pot invada mintea cu ușurință. Astfel se poate înțelege de ce reveriile au ajuns să caracterizeze într-o măsură atât de mare viața mentală a omului modern, de ce oamenii tind să vadă tot mai mult lumea prin lentilele televizorului, (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 217) adică prin intermediul nălucirilor care înrâuresc vederea interioară și perceperea lucrurilor.

Pentru cei mai mulți, acest proces ajunge până la nivelul perceperii distorsionate a realității, al unei permanente dezordini mentale sau stări de confuzie și de epuizare psihică și nervoasă. Pentru alții însă, cei care sunt mai sensibili sau care vizionează mai mult, acest scurtcircuit duce în multe cazuri la manifestarea unui sindrom schizofrenic. Oamenii pierd într-o măsură mai mare sau mai mică legătura cu realitatea, pierd controlul proceselor de conștiință, mintea fiindu-le călăuzită de alte imagini decât cele ale lumii care-i înconjoară, vise de bolnavi, filme care nu-și mai au sursa în lumea micului ecran, ci în aceea a tenebrelor inconștientului. Din acest moment, persoanele respective pot pur și simplu să fie diagnosticate ca bolnave de schizofrenie și tratate ca atare, precum se întâmplă cu 2,5 milioane de americani sau pot ajunge să comită, sub înrâurirea acestor fantasme sau duhuri care au pus stăpânire pe minte, o violență gravă, un viol, o crimă sau chiar să ajungă la sinucidere, precum se întâmplă astăzi cu tot mai mulți tineri.[41]

Așadar, vizionarea TV[42], mai ales când aceasta debutează încă din primii ani de viață, favorizează în timp dezvoltarea unei puternice labilități mentale în fața influențelor de tip magic sau a

41 În SUA, sinuciderea constituie prima cauză de mortalitate la studenți, a treia la tinerii între15 și 24 de ani și a 6 cauză a mortalității la copiii între 5 și 14 ani, rata tentativelor de sinucidere este însă mult mai mare – vezi raportul Academiei Psihiatrice Americane a Copilului și Adolescentului A.A.C.A.P. pe 1997.

42 În discuție intrând, bineînțeles, și jocurile pe calculator și internetul, atât din punctul de vedere al tehnologiei, cât mai ales când este vorba de un conținut desfrânat și violent.

atacurilor demonice şi constituie un important factor de risc pentru apariţia dezordinii mentale, a tulburărilor de personalitate şi chiar a unor grave boli psihice şi neurologice. Nu întâmplător în ţările occidentale „dezvoltate" peste 20% din populaţie se tratează de cel puţin o boală mentală. Dacă se iau în consideraţi ratele de creştere a acestor boli, mai cu seamă în rândul noilor generaţii, atunci devine evident faptul, anticipat deja de mulţi cercetători, că boala viitorului nu va fi cancerul, ci afecţiunile psihice şi neurologice. În apariţia acestui fenomen, tehnologia audio-video joacă unul din rolurile principale.[43]

43 Aproximativ 20% dintre copiii şi adolescenţii americani (15 milioane) cu vârste cuprinse între 9 şi 17 ani au fost diagnosticaţi ca având tulburări psihice – vezi N.I.M.H. – Institutul Naţional pentru Sănătate Mentală, raportul pe anul 1999. Mai mult de 54 de milioane de americani raportează o tulburare mentală în fiecare an. Depresiile şi tulburările anxioase sunt cele mai frecvente boli mentale afectând 19 milioane de americani în fiecare an, iar tulburările maniaco-depresive afectează mai mult de 2 milioane de americani anual – vezi raportul pe anul 2000 al Institutului Naţional pentru Sănătate Mentală din America. (N.I.M.H.)

Statul magic

Permiteți-mi să afirm că în viitor se vor concepe programe de schimbare nu numai pentru zona conștientului, ci și a subconștientului. S-ar putea scrie un soi de povestire science-fiction despre viitorul conștiinței, despre viitorul subconștientului, despre viitorul unei erodări.

Marchall McLuhan 1960

Cartea lui George Orwell – *1984* şi cea a lui A. Huxley – *Minunata lume nouă* sunt cunoscute drept cele mai importante scrieri de anticipație privind societatea viitorului, produse în secolul al XX-lea. Ambele preconizează în viitorul mai mult sau mai puțin îndepărtat o dictatură mondială care va controla şi dirija atât domeniile vieții politice, economice şi sociale, cât şi viața oamenilor, până la nivelul gândurilor celor mai intime. Deşi aceste cărți au fost scrise înainte de 1950, în zorii apariției tehnologiei video, cei doi autori au avut intuiția de a aşeza în centrul propriilor viziuni televizorul sau televizionarea.

În cartea *1984,* autorul imaginează o societate în care ecranul uriaş al televizorului patronează în mijlocul fiecărei case, precum şi în locurile publice. Prin intermediul ecranului, ochiul Marelui Frate (Big Brother) pătrunde în cele mai intime locuri ale vieții oamenilor pentru le controla şi dirija gândurile şi sentimentele. Televiziunea, în viziunea lui Orwell, nu este un mijloc de divertisment, ci unul ideologic, de manipulare a conştiințelor, o prezență obligatorie în spatele căreia se ascunde amenințarea cu forța, sistemul sau cei care vor „binele" poporului şi vorbesc în numele lui şi al democrației. Cetățenii îşi petrec cea mai mare parte a timpului în preajma ecranului. Adorm cu televizorul, se trezesc în compania acestuia. Viața se desfăşoară, practic, pe co-

ordonatele trasate de ideologia la care oamenii sunt conectați permanent prin intermediul televiziunii.

Şi în cartea lui Huxley ecranul joacă un rol esențial în procesul de spălare a creierului. Efectul acestuia este nu atât unul ideologic, cât unul magic, de excitare a simțurilor, de inducere a plăcerii şi aprindere a imaginației. Ecranul nu este obligatoriu, ci facultativ, însă în viziunea lui Huxley, el este căutat de oameni pentru caracterul său fascinant, seducător, pentru experiența cathartică, de tip şamanic pe care o presupune vizionarea, pentru puternica excitare a simțurilor şi narcoza pe care acesta o face posibilă.

Cu toate că există destule elemente comune scenariilor imaginate de cei doi autori – dictatura, ecranul video, spălarea creierului, controlul gândirii şi al conştiinței, propovăduirea unei noi ere, depersonalizarea şi robotizarea indivizilor – totuşi concepția lor despre mijloacele prin care dictatura viitorului îşi exercită puterea şi controlul este complet diferită. Cartea lui Orwell anticipează un stat polițienesc, constrângător, o dictatură militară care reuşeşte prin forță să conducă omenirea, în timp ce Huxley imaginează un stat magic, în care spălarea creierului se realizează prin mijloace „blânde", prin consumul drogului (soma) ca obicei social, prin cultivarea unei sexualități liberalizate, scoase complet din contextul relației conjugale, prin ritualuri magice care excită simțurile şi imaginația, creând iluzia puterii, a realizării, precum şi o plăcere ce zguduie simțurile şi mintea până la epuizare.

În perioada imediată celui de-al Doilea Război Mondial, după ce lumea fusese marcată de regimurile de dictatură militară nazistă, fascistă şi comunistă, în mediile intelectuale occidentale exista tendința de a se crede că viitorul va aparține unei dictaturi de tipul celei instaurate în Uniunea Sovietică unde, chiar dacă nu lipseau mijloacele magice de spălare a creierului, totuşi forței polițieneşti îi revenea rolul principal. Evoluția lucrurilor în socie-

tatea occidentală, mai cu seamă după anii '70, îi va face pe tot mai mulți să-și dea seama că, în realitate, statul magic este cel care va guverna lumea într-un viitor nu prea îndepărtat. Şi nu întâmplător în acest stat televiziunea va fi principalul instrument de control al conştiinței umane. Statul magic anticipat de Huxley va birui statul polițienesc descris de Orwell, susține Neil Postman, analizând efectele culturii imaginii asupra lumii contemporane (*Postman* 1986: 25).

De fapt, cine este statul magic? I.P. Culianu, dedicându-şi o bună parte a vieții cercetării fenomenului magic în istoria culturii occidentale, mai cu seamă de la Renaştere încoace, schițează în mai multe locuri din opera sa profilul *statului magician*, aşa cum îl numeşte el.

„Magicianul, susține Culianu, se ocupă astăzi de relații publice, de propagandă, de prospectarea pieței, de anchete sociologice, de publicitate, informație, contrainformație şi dezinformație, de cenzură, de operațiuni de spionaj şi de criptografie (...). Această figură cheie a societății actuale (magicianul contemporan) nu reprezintă decât o prelungire a manipulatorului brunian ale cărui principii continuă să le urmeze, având grijă să le dea o formulă tehnică şi impersonală. Pe nedrept istoricii au tras concluzia dispariției magiei odată cu apariția «ştiinței cantitative». Aceasta nu a făcut decât să se substituie unei părți a magiei, prelungindu-i de altfel visurile şi scopurile prin mijlocirea tehnologiei. Electricitatea, transporturile rapide, radioul şi televiziunea, avionul şi computerul nu făceau decât să realizeze promisiunile formulate inițial de către magie şi care țineau de arsenalul procedeelor supranaturale ale magicianului: producerea luminii, deplasarea instantanee dintr-un punct al spațiului în altul, comunicarea cu regiuni îndepărtate în spațiu, zborul prin aer şi posibilitatea de a dispune de o memorie infailibilă. Tehnologia, se poate spune, este o magie democratică ce îngăduie ori-

cui să se bucure de facultățile extraordinare cu care se lăuda magicianul." (*Culianu* 1999: 148)

Nu trebuie să se înțeleagă faptul că tehnologia sau știința care a plăsmuit-o ar fi rele în sine sau malefice. Ele nu sunt decât niște instrumente, care ajunse în mâinile celor care urmăresc puterea, pot fi folosite împotriva omului, a popoarelor. Prin ele oamenii pot fi amăgiți cu promisiunea puterii, pot fi deviați, după cum arată Postman, de la adevăratele obiective pe care ar trebui să le aibă în viață și în lume, și îndreptați către scopurile urmărite de puterile conducătoare, chiar dacă prin aceasta se distrug pe ei înșiși (*Postman* 1986: 25). Tehnologia în societatea modernă devine principalul instrument al creării noilor fantasmagorii care cuceresc imaginația indivizilor. Literatura de anticipație nu este decât o proză fantastică de sorginte magică, de care, prin filme, prin publicitate sau prin știința de popularizare se împărtășește astăzi, într-o oarecare măsură, lumea întreagă.

„Nu e necesar să ai imaginație, afirmă Culianu, ca să înțelegi că funcția manipulatorului brunian (n.n. se referă la magicianul lui G. Bruno, cel care-și propune să stăpânească lumea prin mijloacele magice) a fost preluată de Stat și că acest nou «magician integral» are drept sarcină să producă instrumentele ideologice necesare în vederea obținerii unei societăți uniforme. Orice educație creează niște așteptări pe care Statul însuși nu este în măsură să le satisfacă. Pentru cei frustrați, există centrale ideologice care creează așteptări alternative. Dacă Statul produce «cultura», aceste centre de manipulare produc «contra-cultura», care se adresează în primul rând marginalilor." (*Culianu* 1999: 149)

Prin urmare, în viziunea lui Culianu, în prima fază, rolul statului în procesul de manipulare magică a conștiințelor este mai mult unul de natură pasivă, căci el se vede nevoit să tolereze aceste centrale ideologice ce produc „contra-cultura", încercând într-un fel sau altul să le manipuleze în sensul dorit. Cinematografele, televiziunea, presa în general și mai nou internetul, sec-

tele, mişcările orientale, moda, sportul, drogurile şi bordelurile sunt astfel de centrale ce se dovedesc capabile să devieze atenția oamenilor de la problemele cu adevărat importante, să anihileze reacția celor nemulțumiți de sistem, să-i facă să-şi consume energiile în interiorul spațiului seducător al fantasticului şi al senzațiilor.

Subliniază în continuare Culianu: „Nu trebuie să ne înşelăm asupra caracterului modelelor culturale alternative: ele se pot dovedi, în unele împrejurări, mai puternice decât însăşi cultura de Stat, în care caz i se vor substitui în cele din urmă acesteia prin evoluție sau prin revoluție. De aceea, un Stat ce vrea să subziste trebuie să fie în stare să asigure cetățenilor săi o educație infailibilă şi, în măsura posibilului, să le satisfacă dorințele." (*Culianu* 1999: 149)

În cazul în care nu va reuşi aceasta, lucru dificil sau imposibil dacă nu-şi va asuma gândirea şi cultura creştină, singura capabilă, după Culianu, să rezolve vidul de putere şi neîmplinirea ontologică resimțite de omul modern, atunci, în vederea păstrării puterii, Statului modern nu-i mai rămâne decât o soluție: „Să-şi producă el însuşi propria contra-cultură, ale cărei componente ideologice se cer organizate spre a se evita coeziunea marginalilor şi sporirea puterii lor. Metoda cea mai simplă şi mai eficace, dar în acelaşi timp şi cea mai imorală, constă în a lăsa să prospere piața fantasmelor distructive şi autodistructive de toate felurile şi în a cultiva ideea surselor alternative de putere, dintre care cea mai importantă ar fi puterea mentală. Efectele violenței se întorc împotriva celor agresivi, autodistrugerea anulează o altă parte a marginalilor, în timp ce partea rămasă este ocupată să mediteze şi să se extazieze asupra posibilităților necunoscute – dar, desigur, inofensive, ale psihicului uman (...). Avantajele acestor operațiuni subtile este de a evita opresiunea directă şi de a salvgarda ideea de libertate, a cărei importanță cu greu ar putea fi subestimată. Pe de altă parte, modelele alternative sunt deopotrivă o sursă enormă de prestigiu şi de bogăție pentru creatorii

lor, ceea ce asigură o bună funcționare a tuturor industriilor conexe: imagine, disc, modă vestimentară" (*Culianu* 1999: 149).

Prin urmare, implicarea Statului în guvernarea indivizilor, prin manipularea fantasmelor, nu mai poate rămâne doar la îndemâna centrelor alternative de putere, ci trebuie să devină politică de stat. Divertismentul, publicitatea, violența ficțională şi reală, erotismul şi drogurile devin astfel mijloacele magice, instrumentele predilecte ale guvernării statului modern, care se transformă astfel într-un adevărat stat magic sau magician, după cum spune Culianu.

Divertismentul mediatizat în special prin televiziune şi presă este principalul pilon al procesului de haotizare şi control al mulțimilor. Este cel mai persuasiv şi în aparență inofensiv narcotic din cele care anesteziază conştiința mulțimilor. Efectele sale asupra minții oamenilor au fost analizate pe parcursul primului volum al cărții – *Efectele televiziunii asupra minții umane.*

Erotismul oficializat atât prin legalizarea prostituției, cât şi prin promovarea pornografiei prin toate canalele mediatice, în special prin televiziune, este, de asemenea, un mijloc ideal pentru manipularea indivizilor, căci „tehnicile magice prezintă o tendință marcată de a se întemeia pe pulsiunile sexuale (...). Tratatele de vrăjitorie, subliniază Culianu, deveniseră (n.a. în Renaştere) un gen aproape pornografic; iar G. Bruno făcu o tentativă remarcabilă de a desprinde o tehnică de control emoțional global, care este explicit întemeiată pe atracția sexuală." (*Culianu* 1999: 154)

Prin urmare, „nevinovatele" imagini cu femei şi bărbați dezbrăcați care ne atrag atenția aproape la fiecare chioşc de ziare, nu sunt altceva decât agenți ai erotizării imaginației sau, mai exact, ai vrăjirii minților cu fantasmele pasionale. Alături de revistele pornografice sau filmele erotice, se constituie în instrumente ale manipulării magice şi cotidianele de mare tiraj, revistele de modă, cele de scandal sau o emisiune TV oarecare,

indiferent de subiectul pe care îl tratează, în care este provocată sau cultivată într-un fel sau altul dorința erotică.

Este suficient să fie consumată zilnic o mică doză de „libertate" – erotism deghizat în ştiri de senzaţie sau de-a dreptul imagini provocatoare –, fie dimineaţa în metrou sau tramvai, fie la serviciu sau seara în faţa televizorului, pentru ca raţiunea să fie tot mai mult înrâurită de o imaginaţie erotizată, conştiinţa să fie slăbită, iar individul să fie supus, asimilat comandamentelor magice ale societăţii de consum. Otrava fantastică pe care mass-media o picură astăzi zilnic în sufletele oamenilor este o modalitate sigură prin care, în timp, fără ca aceştia să-şi dea seama, prin modelarea imaginaţiei se desfăşoară procesul spălării creierelor, al formatării „omului nou", un individ semiconştient de viaţa pe care o duce, uşor de manipulat şi extrem de nefericit pentru existenţa lipsită de sens pe care o traversează.

Chipurile oamenilor de astăzi comparate cu ale celor de acum 10–15 ani sunt suficient de concludente pentru înţelegerea secătuirii sufleteşti şi a epuizării mentale la care cultura magicului l-a adus pe românul zilelor noastre. Vestimentaţia, tatuajele şi sârmele care găuresc pielea în diferite părţi la feţei şi ale corpului sunt, de asemenea, elocvente.

Spre exemplu, faptul că multe femei, cele care de obicei sunt atât de preocupate de înfăţişare, au ajuns să nu mai respecte nici un criteriu estetic în îmbrăcăminte, dezgolindu-şi pântecele sau alte părţi ale corpului, chiar şi în condiţiile în care această vestimentaţie le dezavantajează şi le periclitează grav sănătatea[44], la multe dintre ele punându-le în evidenţă urâţenia, făcându-le de-a dreptul respingătoare, arată gradul în care acestea au ajuns să se supună unei mode care, de fapt, le batjocoreşte

44 Cazurile de anexită datorate, conform medicilor de specialitate, pantalonilor cu talie joasă sporesc de la an la an. Sechelele lăsate de această afecţiune, între care stenoza trompelor uterine, cauzează sarcini extrauterine şi sterilitate parţială şi totală.

sau gradul în care sunt înrobite fantasmelor erotismului sau autoerotismului.

În privința drogurilor, dincolo de răspândirea fără precedent a traficului şi a consumului, sub privirile „neputincioase" ale puterilor politice, se pare că odată cu trecerea timpului se profilează, aşa cum anticipa Huxley, o liberalizare a drogurilor slabe în tot mai multe țări (deja în unele sunt liberalizate) în scopul atenuării tensiunii psihice care-i marchează pe tot mai mulți oameni. Medicamentul *Prozac* este primul din această categorie, urmat de Ritalin sau de alți sedativi cu care sunt tratate deficiențele de atenție şi hiperactivitate (ADHD). Este probabilă şi o liberalizare a unor droguri precum marijuana şi opiul, lucru implementat deja în Olanda.

Nici literatura nu este lipsită de ispita magicului sau de influența comandamentelor ideologice ale statului magician. O cunoştință observa că, într-o călătorie făcută de curând în străinătate, a fost surprinsă de faptul că aceiaşi trei autori sunt promovați cu obstinență în majoritatea standurilor de carte pe care le-a observat în mai multe din țările Europei. Ca şi cum cineva le-ar fi sugerat librarilor de peste tot să pună în față cărțile lui K. Rowling, autoarea lui *Harry Potter*, cele ale lui Paulo Coelho şi ale lui Dan Brown. Care să fie explicația? Mulți aduc în discuție argumentul comercial, adică, sunt promovate pentru că se vând bine. Dar şi multe alte cărți se vând bine, şi nu sunt deloc promovate. Pe de altă parte, dacă se vând atât de bine de ce se cheltuiesc sume atât de importante pentru promovare, inundând la propriu străzile oraşelor cu afişe promoționale ale cărților acestor autori atât de bine selecționați. Este oare întâmplător faptul că *Harry Potter* este o carte inspirată din practicile vrăjitoreşti, cum recunoaşte însăşi autoarea – după propriile declarații membră a mişcării satanice –, că Paulo Coelho scrie o proză cu conținut magic şi erotic în cadrele descrise de gândirea new-age-istă şi că Dan Brown este autorul uneia dintre cele mai

blasfemiatoare cărți la adresa Domnului, Dumnezeului și Mântuitorului nostru Iisus Hristos din cele care au fost scrise vreodată?

Culianu subliniază un risc foarte important pe care îl presupune proliferarea mijloacelor magice în viața societății. „Succesul de piață al acestor operațiuni, reprezintă la rândul său, o reală primejdie pentru Stat. (...) Or, fenomenul asumă asemenea proporții încât, practic, scapă de sub controlul manipulatorilor direcți ori al statului însuși. Noi mode proliferează, care n-au mai fost născocite de stat ca să-și asigure propria subzistență. O nouă violență izbucnește, pe care statul n-o programase. Practicile autodistructive sfârșesc prin a-i atinge pe aceia dintre reprezentanții noilor generații în care Statul ar fi fost îndreptățit să-și pună cele mai înalte speranțe" (*Culianu* 1999: 150).

Pe baza analizei lui Culianu putem acum înțelege cu mai multă precizie cine este, de fapt, statul magic.

Într-o primă fază, stat magician este acela care colaborează tacit cu centralele ideologice generatoare ale contra-culturii, cele care produc divertismentul, care promovează prostituția, drogurile etc. În cea de-a doua fază, statul magician își asumă în mod direct calitatea de mag sau manipulator de tip brunian, instrumentând nemijlocit toate tehnicile de vrăjire a minților, întunecare și manipulare a conștiinței umane.

La un moment dat însă, observă Culianu, atunci când contra-cultura a devenit cultură de stat, comandamentele divertismentului, consumatorismului și nihilismului, în esență, substituind cultura tradițională și religia, cultura în adevăratul sens al cuvântului, statul magician ajunge să scape de sub controlul oamenilor puterii, al statului însuși. Statul magic ajunge să fie statul de dincolo de stat, cel care prin puterea în drept își exercită propria putere, își urmărește propriile determinări și obiective. El devine Golemul ce scapă de sub puterea stăpânului pentru a-l înrobi pe acesta și a-și impune propria voință.

Legile pieței şi ale consumului sunt astfel de mecanisme impersonale ce guvernează lumea modernă. Divertismentul devine drogul a cărui administrare ajunge să fie necesară noilor generații crescute cu divertisment, pentru a fi ținută sub control o lume terorizată de frustrările neîmplinirii, a nefericirii. Magicul însuşi ajunge să se afle în miezul acestei lumi, a culturii iluzoriului, o cultură în care trebuie salvată aparența, imaginea, căci realitățile sunt deprimante. Eroticul devine modalitatea prin care oamenii se amăgesc că au găsit dragostea mult visată, căldura unei familii, antidotul singurătății şi al individualismului, hrană a unei imaginații infestate şi a unui senzualism bolnav. Şi peste toate guvernează banul.

În spatele statului magic nu trebuie căutată o conspirație, ci mai curând trebuie identificat morbul nihilismului, o cultură a păcatului care-i înrobeşte pe toți şi pe cei care manipulează, şi pe cei manipulați. Nu s-ar greşi cu nimic dacă s-ar spune că în spatele acestei imense plase pe care magicul a aruncat-o peste lume se află puterile întunericului, forțe obscure ce nu fac decât să-i stăpânească prin patimi pe cei care, ca nişte manechini, instrumentează lucrarea magicului în lumea postmodernă. Culianu se întreabă retoric: „Este oare statul occidental, astăzi, un adevărat magician sau un ucenic vrăjitor ce pune în mişcare forțe obscure şi incontrolabile?”

Au trecut deja câteva decenii de la aprecierile făcute de Postman, Culianu şi McLuhan, şi lucrurile par să devină tot mai evidente. Nu mai este nevoie de mijloace polițieneşti de constrângere pentru a conduce mulțimile. Este suficientă mass-media sau televizorul, industria divertismentului sau a reclamei, magia sexualității şi a pornografiei, stresul şi anarhia. Toate acestea creează docilitate, anesteziază simțurile, inclusiv pe cel al realității, slăbesc inițiativa personală, subminează viața de familie prin liberalizarea sexualității, subminează comunitatea prin

cultura plăcerilor egoiste, modelează dorințele și necesitățile. „Omul nou" nu mai urmărește idealuri înalte, nu-i mai pasă de adevăr, iubire, ci doar de porția de plăcere și iluzia de putere pe care i-o furnizează televiziunea sau industria divertismentului.

Manipularea aceasta este urmată însă de un lucru mult mai grav: alterarea ființei umane. Mintea omului hrănită cu imaginile TV devine tot mai sensibilă, mai atrasă și mai expusă acțiunii magice. Pentru a putea constata acest lucru nu trebuie decât să observăm puternica atracție pe care omul modern o resimte față de tot ceea ce poartă amprenta magicului în spațiul culturii moderne de la filme, muzică, jocuri pe calculator până la drog, vrăjitorie, spiritism și practici orientale. Destrămarea familiilor, înmulțirea bolilor nervoase și psihice și a sinuciderilor sunt, în principal, cauzate de haosul pe care cultura magicului l-a produs în mintea oamenilor. Ne vom opri aici, lăsând pentru volumul care urmează prezentarea câtorva dintre mijloacele principale pe care statul magic le folosește pentru controlul conștiinței umane.

Este uitatul la televizor un act religios?

Pe mulți i-ar putea surprinde întrebarea din titlu. „Înțelegem că televiziunea oferă divertisment, informație și o oarecare educație, dar oare naște și o religie?" – s-ar putea obiecta. Unde este Dumnezeu în această experiență? Și, de fapt, ce este religia?

Există o anumită îndreptățire în punerea acestor întrebări, și, totuși, nu ziariștii în fuga după senzațional, ci importanți cercetători ai fenomenului cultural contemporan sau specialiști din domeniul istoriei și fenomenologiei religiilor atestă faptul că televiziunea deține o importantă funcție rituală în societatea modernă[45].

Televiziunea este creatoare de mituri (*Kelner* 2001), spune Douglas Kelner, sau, susțin alți analiști, reactualizează mituri mai vechi în emisiunile ei, fie că este vorba de filme, programe informative[46] sau de transmisiuni în direct ale unor evenimente sportive sau imagini de război (*Ramonet* 2000: 122-129). De asemenea, G. Goethals identifică televizorul cu un „altar video", venerat de receptori (telespectatorii) prin ritualuri televizate (*Goethals* 1982).

Mai există o problemă care ar putea fi ridicată: Ce-ar însemna să fie aflat răspunsul la întrebarea din titlu? La ce ne-ar putea folosi o asemenea abordare?

---

45 Una dintre trăsăturile televiziunii pentru care ea, în opinia Școlii lui G. Gerber, „are o putere de influențare incomparabilă cu celelalte medii o constituie faptul că «consumul programelor TV împrumută caracteristicile unor acte cvasirituale»"... (*Drăgan* 1996 215).

46 Nici măcar știrile TV nu mai prezintă o formă a discursului informațional; prezența zilnică a genului și a unor trăsături ușor de recunoscut joacă rolul de a stabili o legătură între telespectator, existența lui zilnică și cu lumea în general, în modalități care sunt simbolice, ritualice, în ultimă instanță mitice, iar nu informaționale". P. Dahlgren, *What's the Meaning of this Plural Sense-Making of televizor News*, p. 205, apud (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 175).

Considerând că, într-adevăr, televiziunea joacă rolul unei religii în viața omului contemporan, ateii ar fi puşi în situația să constate că nu sunt chiar atât de atei pe cât se credeau a fi, iar cei care mărturisesc o anumită credință ar putea fi surprinşi să afle că prin vizionarea tv se manifestă ca şi cum s-ar închina şi la un alt dumnezeu decât cel al credinței de care aparțin. Desigur, pentru politeişti lucrul nu ar fi chiar atât de grav.

Respingând ideea că televiziunea are un rol religios, se naşte o altă întrebare: De ce televiziunea, fără a fi religie, este suspectată tot mai mult de observatorii fenomenului mediatic de faptul că introduce în lume un nou mod religios de a fi?

Toate aceste interogații constituie obiectul studiului cuprins în paginile următoare. Reperul analizei nu a fost căutat în contextul doctrinar al unei religii anume, ci în spațiul cercetărilor desfăşurate în domeniul istoriei şi fenomenologiei religiilor, adică al ştiințelor care prin metoda observației şi comparației au stabilit de-a lungul timpului criteriile care definesc fenomenul religios. Abordarea prin prisma acestor ştiințe care au ca obiect fenomenul religios în general are avantajul că oferă posibilitatea ca punctul de vedere al lucrării să fie adaptat contextual limbajului noțional, gândirii şi învățăturii oricărei religii. În măsura spațiului disponibil, vom încerca să oferim, pe parcursul acestui capitol, şi un reper creştin pentru înțelegerea fenomenelor.

În prima parte a acestui studiu, vom prezenta o analiză comparativă a actului religios şi a celui televizual, având în vedere categoriile fundamentale ale religiosului,. În continuare, vom căuta să vedem în ce măsură funcțiile pe care religiosul trebuie să le împlinească în mod firesc, în viața omului şi a societății, sunt substituite astăzi de mijloacele de informare în masă, în special de televiziune şi internet. Înainte de a trece la tratarea subiectului propriu-zis, vom prezenta două dintre miturile pe care le-a creat televiziunea în ultimile două decenii, mituri care au atras din partea publicului o implicare socotită de fenomenologi a avea importante valențe religioase.

Mitul conspirației. Revoluția română transmisă în direct

O analiză mai atentă a caracterului mitic pe care-l îmbracă transmisiunile TV ale unor evenimente politice majore (războaie, revoluții) o face Paul Girardet în cartea sa, Mythes et mythologies politique. El are în vedere chiar transmiterea în direct a Revoluției române, unul dintre cele mai bine structurate evenimente mediatice, primul de acest tip în istoria televiziunii.

Începând cu Revoluția română, toate războaiele transmise în direct la televizor presupun aceleaşi scenarii mitologice televizate:

- Dictatorul sau monstrul, eroul negativ sau reprezentantul întunericului – Ceauşescu, Miloşevici, Saddam Hussein;
- Victimele dictaturii – poporul român, albanez, kuweitian, americanii sau pacea mondială;
- Uneltele răului – dictatura exercitată prin conspirația securistă în România, armata sârbă sau irakiană;
- Eroii eliberatori – din fericire, la români au fost revoluționarii, în timp ce în toate celelalte cazuri armata NATO sau americanii.

„În episodul românesc, observă Girardet, este atotstăpânitor mitul conspirației (...). Pretinsa conspirație este aceea a oamenilor securității (...), numeroşi, invizibili, insesizabili, apărând în noapte pe neaşteptate din subterane pline de labirinturi tenebroase (...), orfani crescuți şi educați pentru a-şi sluji în mod orbeşte stăpânul, capabili să intre în spitale şi să tragă asupra bolnavilor, să-i lichideze pe muribunzi, să spintece femei însărcinate, să otrăvească apa din oraşe (...)". Acestea erau zvonurile mediatizate pe posturile de televiziune din toată lumea. De asemenea, descrierile reporterilor „îi arătau pe Ceauşescu şi pe soția lui comandând contrarevoluția, batalioane negre, cavalerii morții alergând invizibili prin subterane". „Subteranele,

explică profesorul Paul Girardet, joacă un rol esențial în legenda simbolică a conspirației” (*Ramonet* 2000: 116).

„Ceaușescu, observă Ramonet, reprezintă mitul monstrului, «un căpcăun, un prinț al tenebrelor, răul absolut». Pentru acestea există un singur remediu: exorcismul sau echivalentul lui: procesul de vrăjitorie în urma căruia „demistificat, expus la lumina privirilor tuturor poate fi în sfârșit denunțat, înfruntat, sfidat. Aceasta a fost funcția cathartică (și nu politică) a procesului cuplului Ceaușescu, care, odinioară, ar fi pierit cu siguranță pe rug. Toate aceste identificări mass-media le făceau pe fondul unui climat general de teroare și macabru, pe care îl constituise scenariul așa-numitului masacru de la Timișoara și București. (...) Camioane de cărat gunoiul transportau nenumărate cadavre, metri cubi de corpuri se îndreptau spre locuri secrete pentru a fi îngropate sau arse (...). 60 000 de morți, ba 70 000 anunțau televiziunile internaționale, (...) camere de tortură unde în mod sistematic trupurile disidenților și ale liderilor muncitorilor erau desfigurate de acid” (*Ramonet* 2000: 111).

Cine a organizat acest scenariu complex, ce interese, ce consecințe trebuiau să aibă nu este o chestiune care să fie lămurită în acest material. Relevant pentru discuția de față rămâne faptul că televiziunea este nu atât o oglindă fidelă a realității, cât un instrument care se folosește de actul dramatic, de mit, pentru a impune în mintea telespectatorilor și a opiniei mondiale scenariul dorit. Că într-adevăr oamenii trăiesc prin implicarea în drama mitologizată un sentiment cu caracter religios, rămâne de văzut.

Mitul lui Rambo

Cine este Rambo? Care sunt trăsăturile pe care personajul acestui film le întruchipează și pe care le va modela în admiratorii săi?

„Rambo este nonconformistul antibirocrat care se opune statului, noul activist individualist, (...) un reprezentant al spiritului întreprinzător, (...) Rambo este identificat cu tehnologia militară, ucigaşă. (...) Rambo reprezintă natura în lupta cu tehnologia de vârf. Rambo este războinicul a cărui putere fizică, eficienţă şi utilizare a forţei reprezintă cea mai înaltă expresie a vieţii." (*Kelner* 2001: 83)

Rambo înseamnă forţă fizică, acţiune, eficacitate, agresivitate, forţa naturii care înlătură barierele societăţii, dar şi ale religiosului. Este un fel de „mântuitor", în virtutea puterii fizice cu care l-a înzestrat „natura" şi a tehnologiei superavansate.

Este o fiinţă care îşi clădeşte singură destinul prin forţă, o fiinţă demiurgică. Rambo nu are timp să gândească şi să reflecteze, el ştie ce trebuie să facă întotdeauna: să acţioneze. Agresivitatea, forţa muşchilor şi a tehnologiei sunt armele lui. Rambo este expresia războinicului absolut, a eroului legendar care se luptă cu statul, cu ordinea lumii, cu toate convenţiile şi tradiţiile, cu toate barierele. Rambo îşi este sieşi dumnezeu şi de această putere demiurgică, se sugerează în film, se vor împărtăşi toţi cei care se identifică, empatic, cu el. Rambo devine unul din prototipurile bărbatului modern.

„Ideologia filmului, remarcă Douglas Kellner, este transmisă prin imagini, figuri, scene, coduri şi cuvinte în ansamblul lor. Plasarea aparatului de filmat şi a luminilor contribuie la transformarea lui Sylvester Stallone în Rambo, într-un erou mitic: frecvenţa unghiurilor de filmare de jos în sus îl prezintă ca pe un luptător mitic, iar prim-planurile repetate ne arată o fiinţă umană supra-dimensionată. Concentrarea cadrului asupra bicepşilor săi lucioşi, a trupului sculptural şi a fizicului plin de forţă îl prezintă ca pe un simbol al sexualitaţii masculine, ca pe o imagine a virilităţii care promovează atât admiraţia femeii pentru forţa bărbătească, cât şi fascinaţia homo-erotică indusă de luptător.

Cadrele încetinite fac din Rambo o forță a naturii, care alunecă fără efort în junglă, iar muzica triumfătoare îi traduce faptele de vitejie în cheia super-eroicului. Transformarea sa într-un super-erou este prezentată în cadrele în care în mod miraculos țâşneşte din apă, purificat şi viril, gata de răzbunare şi triumf.

Scenele de acțiune sunt centrate asupra trupului său ca instrument al eroismului mitic, iar montajul creează impresia unui dinamism care îi însuflă lui Rambo energie, putere şi vitalitate supraomenească, iar cadrele încetinite şi expunerile prelungite centrate asupra sa pe durata unor scene mai lungi tind să-i compună o statură de zeu. În scenele în care, dimpotrivă, Rambo este torturat de comunişti nemiloşi, imaginile sunt constituite similar cu cele din iconografia crucificării, capul fiindu-i puternic luminat într-un efect de aureolă ca în pictura medievală, iar culoarea intens roşie a sângelui produce un efect de hiper-realitate – dacă îmi este permis să împrumut un termen al lui Baudrillard (1983) – a suferinței eroice. Prim-planurile ticăloşilor comunişti se concentrează asupra rânjetului sau a plăcerii sadice de a-l tortura pe Rambo, în vreme ce scenele de luptă îi prezintă pe comunişti cu precădere în cadre largi care îi fac să pară incompetenți şi lipsiți de importanță, bieți pioni în acțiunile sale de eroism salvator. Într-o scenă absolut incredibilă, Rambo smulge dintr-o lovitură capul unui şarpe, acțiune ce evocă momentul biblic în care Adam, neputând domina şarpele, trebuie să părăsească Grădina Edenului, spre deosebire de Rambo care o cucereşte, demonstrându-şi puterea de conducător al junglei.

În cazul lui Rambo, pe de o parte, scenariul filmului este o punere în scenă a acestei drame a umilinței, a ruşinii, a torturii, pe de alta a insurecției, prin intermediul unui personaj înzestrat cu puteri nelimitate; în plus, filmul îi dă spectatorului posibilitatea să traverseze spațiul junglei, contopindu-se cu natura. Spectatorii sunt invitați să participe înfiorați la

distrugerea de către Rambo a duşmanilor, la experienţa violenţei salvatoare, la întoarcerea triumfătoare a lui Rambo într-un elicopter fabricat cu ajutorul unei tehnologii de vârf. Astfel, mecanismul cinematografic al spectacolului de film este invitat să acceadă la o poziţie de autoritate, în care-i distruge pe duşmani şi triumfă asupra răului.

După cum sugerează Warner, spectacolul din *Rambo* permite explicarea atracţiei exercitate de acesta asupra unei largi audienţe internaţionale din rândul tinerilor. Spectatorii, altfel, lipsiţi de putere, resimt fiorul identificării cu puterea naturală, dar şi tehnologică, şi cu înfrângerea miraculoasă a tuturor adversităţilor. Efectele speciale utilizate de Hollywood produc un spectacol în care publicul poate experimenta puterea de a înfrânge în mod definitiv forţele răului. Spectacolul pare, aşadar, să confere publicului putere, oferindu-i o scurtă senzaţie de control, autoritate şi forţă, compensatoare pentru declinul puterii sale în viaţa cotidiană. În plus, spectacolele media ascund conţinutul ideologic printr-un montaj rapid, prin imagini ale unor tehnologii uimitoare şi o naraţiune palpitantă care copleşesc capacitatea critică a spectatorului, transferându-i astfel la nivel subliminal ideologia prin intermediul imaginilor şi al spectacolului." (*Kelner* 2001: 84-85)

Pentru cei mai mulţi dintre telespectatori temele mitologice de genul celor prezentate anterior – lupta dintre bine şi rău, conspiraţia puterilor întunericului, tema salvatorului – care sunt încifrate în ţesătura lumii micului ecran nu au o prea mare relevanţă în identificarea unei trăiri religioase în faţa televizorului, şi, totuşi, cei care se ocupă cu studierea fenomenului religios privesc lucrurile într-o cu totul altă lumină[47].

---

47 Din cauza gradului ridicat de dificultate al primei părţi a acestui capitol, pentru cei nefamiliarizaţi cu terminologia, recomandăm a se începe cu subcapitolul Lumea TV ca realitate mitică. Odată obişnuiţi însă cu aspectele practice ale

Sacrul şi profanul

Cercetările din domeniul istoriei şi fenomenologiei religiilor arată că „o realitate, o persoană, un obiect sau un act vor fi religioase în măsura în care exprimă o relație cu sacrul, în măsura în care pot fi introduse în ordinea sacrului" (*Velasco1997*: 215). Sacrul este acea atmosferă sau acel climat care învăluie toate elementele, persoanele, lucrurile, întâmplările care alcătuiesc o religie. „Nu am vrea să se creadă, spune M. Velasquez, că sacrul este populat cu noi realități sau presupune anumite forme de a fi ale omului, constând în realizarea a nu ştim căror acțiuni extraordinare. Nu este vorba decât de lumea şi de viața oamenilor, care, organizate în jurul unei noi axe, dobândesc o nouă dimensiune." (*Velasco1997*: 215)

Având în vedere acestea, cercetătorii religiilor găsesc că locul de unde trebuie pornit pentru identificarea caracterului religios al unui act este analizarea modului în care acesta se defineşte şi se structurează în raport cu sacrul. Acesta va fi, de altfel, şi punctul de plecare al expunerii de față, nu înainte de a face o anumită precizare: chiar dacă prezența sacrului în existența religioasă a popoarelor lumii dovedeşte aspirația omului către transcendență, către Dumnezeul după al Cărui chip a fost creat, în lumea semitică, greacă şi romană, sacrul avea un caracter ambivalent. Sacrul putea să desemneze atât sfințenia, prezența şi lucrarea lui Dumnezeu într-un anumit loc şi timp, cât şi blestemul sau lucrările spiritelor rele în lume. (*Velasco1997*: 215) Sacrul constituie, de fapt, acea realitate care se află la intersecția dintre lumea văzută şi cea nevăzută[48]. Trăsăturile de bază ale sacrului sunt următoarele:

---

fenomenului, devine mult mai uşoară lectura primelor subcapitole care, de altfel, constituie baza teoretică a demonstrației ulterioare.

48 În acelaşi sens, şi actele numite religioase în contextul istoriei religiilor pot fi socotite ca acte sfinte, de cultivare a uniunii cu Dumnezeul Cel Adevărat, sau dimpotrivă, ca acte idolatre, magice, ale închinării la tot felul de idoli, toteme etc.

a) la intrarea în lumea sacrului, subiectul trebuie să treacă peste un prag. Apare o ruptură de nivel. „Pragul sacrului separă lumea vieții religioase de lumea vieții obişnuite. Nu este vorba de două lumi alcătuite din lucruri şi acțiuni distincte, este vorba de aceeaşi lume trăită într-un mod cu totul nou." (*Velasco1997*: 215) (poarta templului este un astfel de prag);

b) „lumea sacrului este lumea realității definitive, ultime, în fața căreia toate realitățile vieții obişnuite devin penultime oricât ar fi de importante. Este lumea unicului necesar, cum se spune în *Evanghelie* despre Împărăția lui Dumnezeu, în raport cu care toate lucrurile sunt relative, par simple înnădituri." (*Velasco1997*: 216)

Sacrul presupune un spațiu anume cu o structură specifică, un timp de desfăşurare a evenimentelor diferit de cel măsurat în lumea profană şi nişte acte sau manifestări numite ritualuri.

Omul religios simte că trăieşte şi se împlineşte deplin, în funcție de măsura participării sale la sacru. De aceea are tendința „de a trăi cât mai mult timp posibil în această lume a sacrului". Sacrul echivalează cu puterea şi, în definitiv, cu realitatea prin excelență.

„Sacrul este saturat de ființă, spune M. Eliade, puterea sacră înseamnă în acelaşi timp realitate, perenitate şi eficacitate. Este deci firesc ca omul religios să dorească intens să ființeze, să

---

manifestări ce pot fi întâlnite în cadrul religiilor panteiste sau politeiste. Cu toate că religiile idolatre nu se închină lui Hristos, totuşi ele păstrează în modul lor de manifestare multe din arhetipurile comportamentale ale actului religios originar – închinarea Dumnezeului Celui Adevărat. Creație nu există în domeniul răului, ci doar schimonosire, pervertire a adevărului, a credinței umane sau a arhetipurilor comportamentale pe care omul le-a pomenit încă de la crearea sa. De asemenea, trebuie subliniat că, deşi, în cele ce urmează, prin prisma definițiilor fenomenologiei religiilor, vor fi prezentate şi descrise ca sacre gesturile sau obiceiurile omului religios nu înseamnă că prin aceasta sunt puse în lumină pozitivă aceste acte ca modalități ale apropierii omului de Dumnezeu. Pozitiv este doar faptul că omul, prin toate manifestările sale aşa-zis religioase, mărturiseşte o căutare a lui Dumnezeu; rezultatul acestei căutări poate fi însă unul negativ, cum vom vedea şi în cazul televizorului.

participe la realitate, să se satureze de putere." (*Eliade* 1992: 14) Prin actul ritual, adică prin participarea la sacru, omul religios dobândeşte identitate, sentimentul puterii, eficacitate şi, de asemenea, perenitate (depăşirea condiției sale vremelnice).

Având în vedere aceste definiții, pentru a putea stabili dacă vizionarea TV este un act cu caracter religios, ar trebui să se răspundă la următoarele întrebări:

Presupune vizionarea TV o trecere dinspre lumea noastră profană, realitatea cotidiană către o altă realitate (lumea micului ecran), o trecere ce presupune un prag, o ruptură de nivel sau o discontinuitate între cele două realități?

Este văzută lumea de la televizor ca o realitate de un ordin mai înalt decât aceea în care trăim?

Devine aceasta reper pentru viața omului contemporan, modelându-i comportamentul şi identitatea?

Conferă participarea la această realitate sentimentul puterii şi al siguranței?

Uitându-se la televizor, au oamenii senzația că depăşesc durerile sau necazurile?

Simt, oare, ei dorința de a rămâne cât mai mult posibil în interiorul lumii micului ecran, pentru ca atunci când sunt nevoiți să o părăsească, să aibă senzația că au pierdut ceva important, ca şi cum ar fi coborât din lumea adevărurilor şi a trăirilor esențiale la aceea monotonă, cenuşie a existenței cotidiene?

Sunt telespectatorii dispuşi, pentru a păstra acest „unic necesar", care este trăirea televizuală, să renunțe la multe din îndatorile sau necesitățile cotidiene sau la alte bucurii pe care li le-ar prilejui relațiile cu cei din familie?

În măsura în care răspunsul la întrebările de mai sus este unul pozitiv, concluzia la care se poate ajunge, din punctul de vedere al acestei abordări, este aceea că, într-adevăr, actul vizionării ar putea fi socotit ca unul de tip religios.

„Şi totuşi, s-ar putea obiecta, chiar dacă în cazul acestor definiţii generale ale fenomenului religios obiceiul uitatului la televizor s-ar vădi a fi un act cu valenţe religioase, trebuie să ţinem seama că oricare religie, în mod esenţial, presupune o anumită raportare la divinitate, lucru care nu se întâmplă în cazul vizionării TV. Nici în spatele televizorului nu se poate spune că se află o zeitate şi nici telespectatorii nu au conştiinţa sau nu-şi imaginează că se închină unei zeităţi atunci când se uită la televizor."[49]

Într-adevăr, în majoritatea religiilor, prezenţa divinităţii este aceea care conduce la apariţia sacrului. „În tradiţia creştină, observă Velasco, realitatea care defineşte sacrul este Dumnezeu.[50] Un lucru este religios ori sacru când se referă la Dumnezeu. O persoană este religioasă când se află în relaţie cu Dumnezeu. Religiozitatea, sacrul se întemeiază în mod esenţial pe relaţia cu Dumnezeu" (*Velasco1997*: 216). Şi totuşi...

Misterul – dumnezeul religiilor păgâne

Problema pe care o ridică, în cazul vizionării TV, lipsa unei divinităţi pentru ca acest act să poată fi identificat cu unul religios, nu este nouă. Cu ea au trebuit să se confrunte cercetătorii religiilor atunci când au fost puşi în faţa identificării sau clasificării, ca fenomen religios, a unei mişcări sau filosofii, în condiţiile în care acestea nu cunoşteau ideea de divinitate sau închinarea la o zeitate anume. În contextul budismului primitiv, de pildă, nu

49 În cazul cultelor idolatre, adepţii îşi închipuiau că în spatele idolului – piatră, copac sau alt obiect idolatru – s-ar afla un zeu.

50 Biserica Creştină nu cunoaşte însă conceptul de sacru, ci pe acela de sfinţenie. Prezenţa sau legătura cu Dumnezeu aduce sfinţirea vieţii. Cuvântul sacru, folosit îndeosebi în contextul istoriei şi fenomenologiei religiilor, apare ca o necesitate ştiinţifică pentru a circumscrie întreaga sferă a religiosului.

se găseşte nici o preocupare legată de prezența, lucrarea sau chiar existența divinității. Cum poate fi judecat, în acest cadru, un fenomen ca având un caracter religios? Care va fi, în acest caz sau în altele asemenea, realitatea care poate face ca nişte oameni sau acte să fie considerate sacre?

Istoria religiilor, prin câțiva dintre reprezentanții săi de seamă, răspunde la întrebare desemnând această realitate – dumnezeul celor lipsiți de Dumnezeu – cu numele de *Mister*[51]. După cercetătorii religiilor, caracteristicile fundamentale ale misterului sunt „transcendența lui totală (se află dincolo de lumea văzută, perceptibilă) şi forța cu care poate afecta în mod intim total şi definitiv subiectul" (*Velasco1997*: 216). Fiind considerat, prin excelență, o realitate transcendentă, este imposibilă descrierea a ceea ce este el în sine. Misterul poate fi cunoscut şi identificat numai prin efectele sale, prin stările sufleteşti pe care le trezeşte în omul aflat în preajma sa, adică în contextul respectivului act religios. În consecință, cunoscând aceste stări, putem avea un indiciu în analizarea actului ritual propus de vizionarea TV. Iată care sunt, pe scurt, stările psihice experimentate înaintea Misterului în religiile păgâne:

1. Se, trăieşte, în primul rând, un fior, o cutremurare. Este o stare care nu poate fi cuprinsă în cadrele experienței cotidiene, „în categoriile gândirii", este de neînțeles pentru noi, ne surprinde. Adepții se simt copleşiți, oarecum anihilați în fața acestei realități care năvăleşte în viața lor. Această cutremurare poate fi văzută şi ca o frică, o uşoară stare de teamă care paralizează inițiativa, omul rămânând mut şi uluit, cu atenția absorbită, captivată de mister.

---

51 Rudolf Otto şi alții dau misterului un caracter foarte general, găsind că acesta ar cuprinde, ar defini divinitatea în raportul ei cu omul în toate religiile cunoscute. Pentru noi este exclusă posibilitatea de a fi identificat acest Mister, o divinitate impersonală aflată într-un raport strict de forță cu omul – ceea ce se potriveşte tuturor religiilor lumii, excluzând creştinismul, cu Dumnezeul Cel Adevărat, Cel cunoscut în Treimea Cea de o ființă aflată într-o relație personală şi iubitoare cu omul creat după chipul şi asemănarea Sa. (Stăniloae 1992: 36).

2. Prezența Misterului nu numai că anihilează inițiativa și copleșește, poate tulbura sau produce teamă, dar, în același timp, Misterul minunează și fascinează. „Subiectul se simte irezistibil atras, captivat de această prezență care, simultan, îl anihilează și îl împacă, dându-i o încredere indescriptibilă." (*Velasco 1997*: 217)

3. O altă caracteristică a misterului pe care o are în vedere fenomenologia religiei este prezența interpelatoare. Inițiativa aparține misterului. El „se insinuează în lumea omului și în viața sa, afectându-le necondiționat" (*Velasco1997*: 217).

Prin urmare, în perspectiva fenomenologiei religiilor, faptul că actul vizionării TV nu presupune o raportare la o divinitate anume nu poate constitui un impediment în calea determinării unor valențe religioase actului televizionării. Rămâne doar de văzut dacă efectele pe care Misterul le produce în cazul actului religios pot fi constatate și în cazul vizionării tv.

Nu este necesar să se recurgă la studii științifice pentru a se constata că în fața televizorului, într-adevăr, trăim adesea stările psihice identificate de Rudolf Otto în experierea Misterului de către adepții religiilor idolatre.

Lumea micului ecran ne transcende, ne copleșește și ne uimește prin enormitatea ei. Războaie sau povești de dragoste, suspans, emoții și sentimente puternice; o întreagă lume se desfășoară în fața ochilor noștri, o „realitate" care ne tulbură și ne uluiește, ne cutremură, ne atrage și, în același timp, ne fascinează; o forță care ne anihilează inițiativa (cum am văzut, aproape că ne hipnotizează), mai cu seamă în situația în care este imposibilă implicarea noastră în influențarea lumii de dincolo de ecran.

Inițiativa aparține imaginilor ficționale care se insinuează, ca și în cazul misterului, în „lumea omului și în viața sa, afectându-le necondiționat".

Din toate stările descrise, aceea care apropie cel mai mult vizionarea TV de o experiență religioasă este atracția și fascinația

uriaşă pe care televiziunea o exercită asupra tuturor oamenilor. Ca şi în cazul Misterului, experienţa pe care o presupune uitatul la televizor nu poate fi cuprinsă în „categoriile gândirii". Şi este firesc să fie aşa, deoarece mintea omenească nu poate concepe ca experienţe fireşti vederea la distanţă, posibilitatea de a te afla dincolo de spaţiu şi timp, în diferite locuri şi momente istorice, în trecut sau în viitor. Este o magie a tehnologiei, care reuşeşte să ne uimească permanent, deoarece aceste fapte nu au fost niciodată întâlnite în istoria omenirii decât ca făcând parte din arsenalul religios sau magic. Niciodată omul nu se va obişnui cu televizorul, încât acesta să nu îl mai fascineze, aşa cum experienţele onirice (visul) sau cele halucinatorii provocate de băutură, droguri sau boli psihice sunt trăite cu o intensitate sau cu un interes maxim oricât de des ar fi experimentate. Cu toate că omul a visat dintotdeauna şi se poate spune că aceasta este o experienţă comună pentru toţi oamenii, visele vor avea permanent un mare potenţial de fascinaţie, şi aceasta pentru că nu fac parte din experienţa obişnuită a omului, în care acesta să poată controla realitatea care îl înconjoară.

Faptul că experienţa telespectatorului este atât de asemănătoare, în atingerea anumitor stări, cu aceea trăită în experimentarea misterului în contextul diferitelor religii este semnificativ în a trage o primă concluzie privind obiceiul privitului la televizor: chiar dacă în cazul vizionării TV nu se poate vorbi de raportarea la o divinitate, fapt care ar elimina orice îndoială în privinţa atestării caracterului religios acestui comportament, totuşi trăirea în faţa televizorului, a stărilor specifice experienţei misterului – divinitatea religiilor păgâne – poate conferi cel puţin un caracter pseudoreligios acestei experienţe.

În continuarea analizei noastre, vor fi luate în discuţie cele trei dimensiuni fundamentale, care definesc, după cercetătorii fenomenului religios, raportarea omului la sacru, în fapt, experienţa sa religioasă.

Spațiul sacru, timpul sacru și mitul

Fenomenologii religiei constată că actul religios este acela care „introduce o ruptură de nivel" în existența omului în cosmos, reușind să structureze viața acestuia în contextul opoziției sacru-profan[52]. Actul religios dă credinciosului posibilitatea de a pătrunde în alt spațiu decât cel al existenței cotidiene (spațiul sacru) și în alt timp (timpul sacru), și, de asemenea, valorizează și orientează întreaga experiență umană în funcție de învățătura revelată, de actul ritual sau de mit[53]. Spațiul sacru, timpul sacru și mitul sunt, după cercetătorii religiilor, coordonatele principale ale oricărui fenomen religios.

În ceea ce privește cercetarea noastră, o relevanță deosebită ne-ar da-o răspunsul la următoarea întrebare: introduce vizionarea TV un alt spațiu, un alt timp sau o altă percepție a spațiului și a timpului în viața telespectatorului?

Într-adevăr, lumea de dincolo de ecran, în interiorul căreia călătorim cu mintea de-a lungul vizionării, ne conduce către alte coordonate spațiale și temporale decât cele ale locului unde ne aflăm în momentul în care ne uităm la televizor. Spațiul și timpul lumii TV sunt altele decât cele în care trăim noi în viața de zi cu

---

52 Pentru omul religios al societății tradiționale nu exista nici o diferență clară între sacru și profan. Nimic nu era cu adevărat profan, deoarece acest om avea conștiința că întreaga lume, cosmosul erau pătrunse de prezența, lucrarea sau rațiunile dumnezeiești. Cu toate acestea, existau porțiuni de spațiu colectiv, diferite de celelalte locuri sau momente în timp, privilegiate, sfinte, cărora li se acorda o atenție mai mare pentru manifestarea lui Dumnezeu în acel loc, cum ar fi, spre exemplu, muntele Sinai, pentru că acolo S-a arătat Dumnezeu lui Moise, spațiul templului sau al unei biserici. De asemenea, „lumea profană în totalitate, Cosmosul în întregime desacralizat este o descoperire recentă a spiritului uman", Mircea Eliade, Sacrul și profanul..., p. 15. În felul acesta, distincția sacru/profan este decelabilă mai cu seamă în interiorul mentalității omului modern, pentru care întreaga existență are un caracter profan și, desigur, pentru istoricul religiilor, fiind un concept utilizat pentru structurarea fenomenului religios – vezi și (*Velasco1997*: 58).

53 Timpul sacru sau timpul mitic în creștinism este de fapt calendarul de peste an, duminicile, sărbătorile, posturile etc.

zi. Dar oare merge mai departe asemănarea dintre cele două realități, încât să fim îndreptățiți să identificăm spațio-temporalității lumii TV o structură similară cu cea a lumii sacrului? Se poate vorbi oare de un izomorfism al celor două realități, care să ne conducă la concluzia că funcția pe care televiziunea o îndeplineşte în viața omului contemporan este similară celei pe care lumea sacrului o avea în viața omului religios?

Spațiul sacru

– Consacrarea spațiului sacru se întemeiază întotdeauna pe o descoperire, pe intervenția divinității sau a unor puteri supranaturale în viața omului şi a lumii. De aceea spațiul sacru va fi considerat locul unde se intersectează lumea de dincolo cu lumea obişnuită, profană.

– Spațiul profan se desparte de cel sacru printr-un prag sau printr-o ruptură de nivel. Odată trecut pragul, omul pătrunde în altă lume, cea a sacrului.

– În oricare religie, spațiul sacru va fi situat în mijlocul cosmosului locuibil, în jurul său centrându-se geografia fizică şi viața religioasă a comunității. Aceasta, deoarece spațiul sacru face posibilă comunicarea cu lumea de dincolo sau în acest loc transcendentul se revelează omului.

– Lumea ce aparține spațiului sacru – lumea mitică – este văzută de oameni ca fiind situată la un nivel ontologic superior lumii reale. Este lumea realităților esențiale, a vieții exemplare şi plenare. Pentru acesta ea devine reperul orientării omului în lume, ghidul esențial al existenței umane.

– Distrugerea spațiului sacru, pierderea contactului cu acesta are consecințe din cele mai grave pentru viața omului: pierderea sensului vieții, anxietate, lumea reală ajunge să apară haotică şi confuză, încât omul nu se mai poate orienta în ea.

În societățile religioase, spațiul nu este uniform şi omogen. Există în geografia acestuia o zonă care dă semnificație, care structurează lumea în relația ei cu transcendența. Acesta este însuşi spațiul sacru sau spațiul consacrat prin manifestarea divinului în acel loc. Spațiul sacru este, aşadar, locul unde se revelează divinul, cel unde se produce un eveniment cu valoare sacră sau

locul consacrat – templul sau sanctuarul – destinat prin excelență comunicării cu lumea cealaltă.

Muntele Sinai este sfânt[54] pentru că acolo Dumnezeu S-a arătat lui Moise şi i-a predat tablele Legii. Locurile unde a pătimit Mântuitorul, unde a fost răstignit şi îngropat sunt, de asemenea, sfinţite prin prezenţa şi jertfa Fiului lui Dumnezeu.

La popoarele idolatre ori există o mitologie care leagă un copac, o piatră sau un loc anume de un eveniment „demiurgic", ori este vorba despre descoperirea avută de vreun „inspirat" – membru al poporului respectiv – exact în acel loc, cu alte cuvinte locul unde i s-au deschis cerurile şi i s-a arătat lumea de dincolo (*Eliade* 1992: 27).

„Atunci când sacrul se manifestă printr-o hierofanie (arătare a divinului, a lumii de dincolo), spune Eliade, nu există doar o ruptură în omogenitatea spaţiului, ci şi revelarea unei realităţi absolute care se opune realităţii imensei întinderi înconjurătoare." (*Eliade* 1992: 22) Spaţiul sacru operează astfel o deschidere, făcând posibilă comunicarea omului cu Cerul, cu existenţa desăvârşită, cu lumea de sus[55].

Templul este, prin excelenţă, un spaţiu sacru. „Acolo, în incinta sacră, observă Eliade, comunicarea cu zeii devine posibilă; prin urmare, trebuie să existe o «uşă» spre înalt, prin care zeii să poată coborî pe pământ şi pe unde omul să poată urca, simbolic,

---

54 Având în vedere caracterul ambivalent al sacrului, ce presupune prezenţa sau intervenţia în istorie ori a lui Dumnezeu, ori a spiritelor întunericului, în creştinism, mai concret în Biserica Ortodoxă, se face o distincţie între sacru şi sfânt. În paginile următoare, pentru a elimina această confuzie, atunci când vom vorbi despre sacru ne vom referi îndeosebi la religiile păgâne, idolatre, unde este, de altfel, foarte probabil ca acesta să desemneze, de fapt, lucrarea demonilor sau să reprezinte doar produsul fanteziei umane.

55 Muntele Sinai este un asemenea loc deoarece acolo i S-a arătat Dumnezeu lui Moise. În cazul creştinismului, cu toate că întreaga lume are o valoare sacră, prin faptul că toate sunt ţinute prin pronia dumnezeiască, există anumite spaţii dedicate îndeosebi întâlnirii omului cu Dumnezeu, închinării şi slujirii acestuia: locaşul de închinare, mormântul Mântuitorului şi locurile unde s-au nevoit şi au mărturisit Părinţii Bisericii.

spre cer. (...) Templul constituie, la drept vorbind, o deschidere spre înalt şi asigură comunicarea omului cu lumea zeilor." (*Eliade* 1992: 26) Spaţiul sacru în religiile idolatre nu permite numai comunicarea cu lumea de sus, ci şi cu lumea inferioară a infernului sau a demonilor.

Fie că acest spaţiu este identificat de unele popoare cu un stâlp, cu o piatră sau cu un copac, precum în religiile idolatre, fie că este un loc sfinţit prin revelaţia Dumnezeului Celui Adevărat, cum este Ierusalimul sau spaţiul oricărei biserici la creştini, în acest perimetru se află centrul lumii pentru omul religiei respective. „În întinderea omogenă în care nici un reper nu este posibil, în care nici o orientare nu se poate efectua, hierofania (arătarea divinului) dezvăluie un punct absolut, un centru" (*Eliade* 1992: 22), faţă de care devine posibilă orientarea în omogenitatea haotică, întemeierea lumii în viaţa adevărată[56]. Pentru omul societăţii tradiţionale, lipsa unui „Centru", a unei divinităţi făcea existenţa fără sens. Omul nu putea trăi fără o credinţă, fără o religie care să-i organizeze spaţiul, timpul, viaţa, întregul cosmos în care trăia, care să-l facă să înţeleagă sensul cosmosului şi al propriei vieţi.

În creştinism, biserica, drept locaş sfinţit[57], este locul unde creştinul îşi dobândeşte prin Botez noua identitate, locul în care, prin excelenţă, acesta comunică cu Dumnezeu şi unde Dumnezeu îi vorbeşte. În jurul locaşului bisericii se centrează geografia

56 Vedem deci în ce măsură descoperirea, adică revelaţia spaţiului sacru are pentru omul religios o valoare existenţială: nimic nu poate începe, nimic nu se poate face fără o orientare prealabilă; or, orice orientare implică dobândirea unui punct fix. Din acest motiv omul religios s-a străduit să se plaseze în „Centrul Lumii". Pentru a trăi în Lume, aceasta trebuie fondată, or, nici o lume nu se poate naşte în haosul omogenităţii, al relativităţii spaţiului profan. Descoperirea unui punct fix, a unui „Centru" echivalează cu crearea lumii.

57 Când vorbim despre Biserică, nu putem să nu înlocuim conceptul de sacralitate cu cel de sfinţenie. În acest caz, nu mai există îndoială că Însuşi Dumnezeu Cel Adevărat şi Sfânt S-a arătat prin întruparea Sa, a fondat şi a sfinţit acest lăcaş sau realitate sfântă.

fizică a oricărei comunități creștine[58]. Atât ca realitate fizică, cât și spirituală, Biserica se află în centrul existenței și al preocupărilor creștinului. Acesta se luptă să-și călăuzească pașii, să-și orienteze existența după legea sau învățătura primită prin Biserică de la Însuși Fiul lui Dumnezeu.

La fel ca și în creștinism, în toate religiile, spațiul sacru face posibilă orientarea omului în lume atât prin organizarea vieții în jurul acestui spațiu fizic (sanctuarul), cât mai cu seamă prin faptul că acesta îi mijlocește comunicarea cu divinitatea și, prin aceasta, îl face apt pentru primirea legii, a învățăturii și pentru înțelegerea lumii. Lumea capătă sens și omul religios se poate orienta înlăuntrul acesteia numai în virtutea existenței spațiului sacru, deoarece acesta face posibilă comunicarea cu divinitatea. Se poate spune că însăși această comunicare înlesnește organizarea și transformarea lumii în care trăiește omul, după chipul în care i se descoperă lumea transcendentă. „Dorința omului religios de a trăi în sacru echivalează, de fapt, cu dorința sa de a se situa în realitatea obiectivă, de a nu se lăsa paralizat de relativitatea fără sfârșit a experiențelor pur subiective, de a trăi într-o lume reală și eficientă, și nu într-o iluzie" (*Eliade* 1992: 28).

Spațiul sacru se află, așadar, la intersecția dintre lumea profană și cea divină, și este prin excelență locul unde S-a revelat Dumnezeu în istorie sau este locul întâlnirii omului cu lumea de dincolo. Ținând cont de cele afirmate, se desprind patru trăsături fundamentale ale spațiului sacru, trăsături care, în chip surprinzător, prin prisma studiilor desfășurate în ultimele decenii, pot fi identificate și în cazul vizionării TV.

---

58 În România, satele, spre exemplu, au în mijloc biserica, așezată adesea pe cel mai înalt loc. De asemenea, multe sate s-au născut și dezvoltat în jurul mânăstirilor.

Lumea TV – casă a zeilor sau revrăjirea[59] lumii prin televizionare

– Ecranul televizorului joacă rolul pragului sau al rupturii de nivel ce separă lumea reală de lumea TV. Vizionarea înseamnă pătrunderea şi călătoria în alt spaţiu decât cel al vieţii cotidiene.
– Televizorul face astfel posibilă comunicarea cu o altă realitate aflată dincolo de noi, cu o lume în care personajele pot fi uşor identificabile cu „eroii civilizatori" ai religiilor păgâne.
– Lumea TV, printr-o stranie inversiune ontologică, a ajuns să se situeze deasupra celei reale. Ea devine, pentru omul modern, modelul, reperul esenţial al orientării în societate, lumea exemplară a existenţei plenare. Participând la viaţa acestei lumi, telespectatorii simt că se însufleţesc, că trăiesc cu adevărat, televizorul este cel care dă sens, cel prin care lumea poate fi înţeleasă şi interpretată.
– Pentru teledependent, pierderea televizorului creează anxietate, sentimentul plictiselii, al lipsei de sens, lumea îi apare confuză şi dificil de înţeles.
– Având în vedere toate acestea, lumea TV poate fi percepută cu uşurinţă ca un spaţiu sacru sau, oricum, oamenii se comportă ca şi cum aşa ar sta lucrurile.

1. Un loc sacru presupune o ruptură de nivel produsă în omogenitatea spaţiului profan, prin revelarea unei realităţi absolute.

În ceea ce priveşte televizorul, se poate observa cu uşurinţă că ecranul acestuia operează o „ruptură de nivel" în spaţiul fami-

59 *(Eliade 1992: 57)* Structura lumii TV este asemănătoare spaţiului sacru al unui templu. Templul însă, arată Eliade, „constituie o imago mundi pentru că lumea ca operă a zeilor este sacră. Structura cosmologică a templului aduce o nouă valorizare religioasă: loc sfânt prin excelenţă, casă a zeilor, Templul resanctifică în mod continuu lumea, pentru că o reprezintă şi o conţine în acelaşi timp. Oricare ar fi gradul de impuritate a lumii, ea este încontinuu purificată de sfinţenia sanctuarelor". Şi televiziunea reprezintă şi conţine în acelaşi timp lumea, şi ea aduce, după cum vom vedea, o nouă valorizare religioasă, însă acţiunea ei nu poate fi numită resanctificare, ci, mai curând, este vorba de o revrăjire a lumii, o resacralizare magică a acesteia, având drept criterii sau orizont de acţiune impurificarea întregii existenţe umane.

liar al camerei. El se constituie ca o fereastră, prin care pătrundem într-o altă lume, eliberându-ne, totodată, de condițiile spațiului real în care trăim. Am văzut la J.B. Thompson că una dintre caracteristicile comunicării televizuale este chiar delocalizarea spațială pe care o presupune aceasta (a vedea lucruri sau întâmplări ce se petrec într-o altă parte a lumii) (*Thompson* 2000: 29). „Cvasiinteracțiunea televizuală, arată Thompson, creează o experiență spațio-temporală discontinuă. Indivizii care se uită la televizor trebuie, într-o oarecare măsură, să suspende cadrele spațio-temporale ale vieții lor de fiecare zi și să se orienteze spre un set diferit de coordonate spațio-temporale; ei devin, astfel, călători spațio-temporali" (*Thompson* 2000: 91). Deprivarea senzorială pe care o provoacă uitatul la televizor este încă o dovadă a profundei detașări de lumea reală sau a scufundării într-un alt mediu de existență spațio-temporală.

2. Această ruptură este simbolizată printr-o deschidere prin care devine posibilă trecerea de la pământ la Cer şi, în unele religii, chiar trecerea de pe pământ către lumea inferioară. (Eliade 1992: 36) Trecerea implică schimbarea modului de a ființa printr-o nouă valorizare a experienței umane, printr-o transformare ontologică (Eliade 1992: 61) de la un mod de a fi la un altul.[60] Templul este prin excelență un spațiu sacru, casă a zeilor sau locul unde, simbolic, omul poate comunica, aşadar, cu lumea cealaltă.

Şi ecranul televizorului face posibilă trecerea într-o altă lume, la un alt mod ontologic. Lumea TV nu permite participarea ca subiect personal, cu inițiativă proprie sau intenționalitate, ci numai o implicare empatică sau proiectivă în realitatea dată. Este doar o experiență mentală, a unei minți desprinse senzorial de lumea fizică, reală. „Darul" pe care ni-l oferă televizorul este de a

60 În cazul creștinismului, intrarea în biserică – simbolul Împărăției Cerurilor – ne provoacă sau ne cheamă la o transformare a modului nostru de a fi, la părăsirea condiției lumeşti, seculare – omul vechi –, şi asumarea condiției de fii ai lui Dumnezeu.

ne putea împărtăşi empatic din experienţa extraordinară a unor fiinţe care se află dincolo de noi, într-o lume intangibilă. Fiinţele acestei lumi nu au consistenţă fizică, nu sunt tangibile sau influenţabile de către telespectator şi, astfel, prin transcenderea, prin detaşarea lor de spaţiul şi timpul decrepitudinii, ne domină.

Personajele micului ecran, prin necorporalitatea lor, dar şi prin relieful şi aspectul vizual pe care-l au, se încadrează mai curând într-o lume a spiritului, a formelor sau a ideilor, o lume în care numai mintea sau imaginaţia este invitată să participe. Aici pot fi trăite sentimentele de siguranţă, putere şi încredere pe care le inspiră eroii pozitivi, biruitori şi, totodată, fiorul pe care îl produc manifestările forţelor demonice. Este lumea în care se dă lupta binelui cu răul.

Lumea micului ecran, ca o lume total diferită de a noastră, cu alte legi de evoluţie, aparţinând unui alt spaţiu şi timp, poate fi foarte uşor identificată, chiar dacă numai la nivelul unei percepţii inconştiente, arhetipale, cu lumea „celestă" a spiritelor sau a zeilor. Desigur, acest fenomen este cu atât mai accentuat cu cât oamenii se raportează mai mult la „realitatea" TV ca la un model exemplar, în ultimă instanţă mitic. Astfel, televiziunea ca loc în care omul poate comunica simbolic cu lumea cealaltă, ca spaţiu în care se revelează lumea de dincolo poate fi uşor asimilabilă realităţii templului, un templu al unei lumi lipsite tot mai mult de adevăratul templu. Ecranul televizorului devine, în această perspectivă, poarta sau pragul de trecere către o altă realitate. O lume ce transcende realitatea cotidiană, o lume consacrată, ce se impune în conştiinţa oamenilor ca fiind exemplară şi, prin toate acestea, o lume a fiinţelor „celeste".

3. Ruptura în neomogenitatea spaţiului profan creează centrul prin care se poate comunica cu transcendentul, cu o realitate aflată la un nivel ontologic superior celei reale. În baza acestui reper se fondează „lumea", făcându-se astfel posibilă orientarea omului în spaţiul existenţei; lumea capătă sens şi

omul se orientează în ea numai prin prisma spațiului sacru și al comunicării cu transcendentul, cu divinitatea. Comunicarea devine posibilă prin intermediul sanctuarului sau templului. Într-un anume fel, se poate spune că această comunicare dă posibilitatea organizării și transformării lumii în care omul trăiește după chipul sub care i se arată sau sub care este percepută lumea sacră.

Se situează, oare, realitatea virtuală a micului ecran la un nivel ontologic superior celei reale? Are ea capacitatea de a fonda lumea reală, orientându-l pe om în spațiul existenței? Răspunsul îl primim din partea unor sociologi ca Baudriard, a unor semioticieni ca Eco sau a altor cercetători postmoderni: „Imaginea de pe ecran nu numai că a ajuns să aibă un statut egal cu acela al elementelor din sfera autenticului, dar lumea a ajuns să se împartă în ceea ce este comun (viața cotidiană) și ceea ce este televizat, iar televizorului i se asigură un statut privilegiat" (Constantinescu 2001: 51). Pentru ficțiunea televizată a apărut o nouă denumire, conform cu impactul acesteia, și anume aceea de hiperrealitate. Simularea realului ajunge mai reală decât realul.

„Cum s-a produs această schimbare ontologică? Cum s-a ajuns să fie împărțită lumea între ceea ce este comun și ceea ce este televizat, celui de-al doilea acordându-i-se un statut priveligiat? se întreabă Tichi (Tichi 1991). Construind o falsă competiție între viața reală și televizor, industria publicitară înclină neîncetat balanța în favoarea televizorului. Agențiile de publicitate îndeamnă permanent publicul să prefere simulacrul, adică ceea ce apare la televizor. Semnificația faptului de a fi văzut la televizor a depășit granițele comerțului și a avut ecouri mari în experiența umană. Dacă lumea de pe ecran este locul unde trebuie să te afli, atunci este inevitabil ca problemele complexe cum ar fi identitatea, experiența, acțiunea să migreze și ele spre ecranul televizorului și astfel, în mod inevitabil, statutul acestor fenomene umane va fi influențat de prezentarea lor la

televizor. Pe scurt: televizorul a schimbat relația individului cu lumea sa naturală. Astăzi percepem evenimentele în termenii simulării de pe ecran. Altfel spus, trăim prin intermediul televizorului. Celebra propoziție a lui Descartes «Gândesc deci exist» a fost înlocuită prin «Sunt văzut deci exist». În acest sens lumea de pe micul ecran ratifică existența în lumea reală. Tărâmul televizorului s-a transformat într-o lume în sine." (*Constantinescu* 2001: 55)

Explicația lui Tichi este corectă din punct de vedere psihologic sau sociologic, însă fenomenul este, după cum se va observa mai departe, cu mult mai complex. Desigur că mirajul televiziunii a avut o influență deosebită în apariția acestei inversiuni de ordin ontologic, în care realul a ajuns să fie înlocuit cu simulacrul televizual sau cu hiperrealitatea; se pare însă că acest fenomen este, totodată, consecința unui mod de viață desacralizat, produsul tendinței omului de a identifica spațiul TV cu unul de tip sacru şi realitatea TV cu una mitică. Prea mare este asemănarea dintre structura spațiului sacru şi aceea a lumii televizualului, ca să nu poată apărea această confuzie de natură perceptivă şi cognitivă, pentru ca telespectatorii să nu se implice, într-o modalitate sau perspectivă religioasă în această comunicare.

Oamenii se îmbracă şi se comportă după cum văd la televizor. Se gândesc la ceea ce televizorul le arată că este mai important, îşi formează orizontul de cultură, simbolurile şi valorile în consens cu cele ale televiziunii şi au păreri care tind să se subordoneze opiniei publice formate de televizor. Realitatea TV devine sfera care circumscrie viața omului modern sub toate aspectele ei. În societatea contemporană, televiziunea poate fi socotită pe bună dreptate centrul lumii, poate cu mai multă îndreptățire chiar decât în cazul popoarelor idolatre. Televizorul se află în centrul vieții omului contemporan atât ca obicei, ca ritual cotidian, ca ore alocate, cât şi ca reper ideatic comporta-

mental şi existențial. Pe micul ecran se poate vedea, după cum se susține în retorica programelor TV, tot ceea ce este mai important din cele care se petrec în lume, esențialul, iar realitatea TV devine cu fiecare zi, într-o măsură tot mai mare, reperul principal al organizării şi guvernării politice şi sociale a lumii.

Oamenii care apar la televizor sunt, în general, priviți cu mai multă atenție, devenind un fel de mici eroi, chiar pentru cei apropiați din familie sau din comunitatea din care provin. Părerilor lor li se acordă mai multă importanță. La fel, un fapt petrecut în comunitatea noastră şi transmis pe posturile TV devine unul extraordinar, exemplar. Indiferent de importanța reală a unui eveniment, cu cât i se acordă mai multă atenție la televizor – timpul alocat pe ecran, audiența – în mod proporțional creşte importanța acestuia în conştiința publicului. Se ajunge, astfel, la situații hilare în care oamenii care au participat în mod direct la un eveniment regretă că nu l-au văzut la televizor, căci ar fi fost mult mai interesant (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 216).

Aşadar, în societatea modernă, televiziunea are în cea mai mare măsură puterea sau autoritatea de a învesti cu semnificație un act real. Şi invers, un fapt însemnat pentru viața comunitară, în cazul în care nu apare pe micul ecran, va trece neobservat. Acest fenomen arată, încă o dată, că modalitatea în care se raportează publicul la televiziune este aceeaşi cu aceea în care se relaționează omul religios la sacru. Numai sacrul sau religiosul aveau în societatea tradițională forța de a da semnificație unui act obişnuit. Mai cu seamă în religiile idolatre, unde magicul este definitoriu, templul, un spațiu prin excelență sacru, avea capacitatea, precum televizorul astăzi, de a arunca aura magicului, a fascinatoriului asupra tuturor actelor care se petreceau înăuntrul său.

Kubey şi Csikszenitmihaly arată că *„televiziunea a devenit un mecanism care conferă sens şi semnificație unei lumi care, altfel, apare lipsită de semnificație.* Pentru telespectatorii înrăiți, mass-media creează o redundanță care amplifică la nesfârşit ceea ce este real şi demn de atenție şi efort" (*Kubey & Csikszentmihalyi* 1990). Exact acelaşi lucru îl afirmă şi Eliade în legătură cu modul în care sacrul influențează viața omului religios: „În întinderea omogenă şi nesfârşită, în care nici un reper nu este posibil, în care nici o orientare nu se poate efectua, hierofania dezvăluie un «punct fix» absolut, un Centru" (*Eliade* 1992: 22). *„Acesta este semnul purtător de semnificație religioasă, ce introduce un element absolut şi pune capăt relativității şi confuziei.* Ceva ce nu aparține acestei lumi s-a manifestat apodictic şi astfel indică o orientare şi hotărăşte asupra unei conduite." (*Eliade* 1992: 27)

4. Distrugerea spațiului sacru înseamnă întoarcerea la Haos, prin pierderea reperului fundamental al ghidului existențial.

Pentru orice telespectator dependent de televizor, reîntoarcerea la viața reală prin eliminarea televizorului creează o stare de anxietate, de nelinişte şi nesiguranță, duce la pierderea minimului echilibru. Fără televizor, acest om se plictiseşte, lumea nu-i mai spune atât de mult. Ea apare tot mai opacă şi haotică. Omul nu mai poate să se orienteze cu uşurință în ea. „În contrast cu mediul real, care este haotic, imprevizibil şi ostil, experiența virtuală este ordonată, sigură şi plăcută. Este atât de ordonată, încât mulți din cei care utilizează excesiv computerul consideră mediul înconjurător virtual preferabil celui fizic, la fel cum teledependenții pot prefera uneori lumea de pe micul ecran celei reale" (*Constantinescu* 2001: 134).

Paradoxul este că lumea imaginilor de la televizor este realmente ea însăşi haotică, un adevărat coşmar, un amestec de trăiri şi senzații, de gânduri şi idei. Dar ceea ce i se oferă televizomanului este însuşi sentimentul existenței plenare, o

viață iluzorie ca surogat al celei reale. Dependentului de imaginile TV, ca şi celui de drogul halucinogen, îi vine tot mai greu să fie subiectul personal al propriei existențe, el nu mai poate decât să se lase dirijat în trăirile lui de „Misterul" ce învăluie hiperrealitatea lumii TV, cel „care se insinuează în lumea omului şi în viața sa, afectându-le necondiționat". (*Velasco1997*: 217)

În viziunea lui Eliade, „sacrul pune capăt temerii provocate de relativitate şi anxietate alimentate de dezorientare, oferă un punct de sprijin absolut" (*Eliade* 1992: 172). În societatea modernă, după cum s-a putut constata, rolul acestui spațiu sau semn îl îndeplineşte televizorul. El anulează sentimentul anxietății, al relativității, al nesiguranței şi dezordinii[61]. Pentru teledependent, viața adevărată a lumii este aceea care se vede la televizor. „Am văzut la televizor", se replică adesea. Prin retorica sa persuasivă de confirmare şi încredințare, televiziunea ne induce permanent un sentiment de siguranță. Această stare durează însă numai atâta timp cât ne uităm la televizor, căci după aceasta, deci după vizionare, stările amintite se vor acutiza.

„Asumându-şi responsabilitatea de a «crea» lumea pe care a ales să o locuiască, omul religios, observă Eliade, nu cosmeticizează doar haosul, ci sanctifică micul său univers făcându-l să devină asemănător cu lumea zeilor. Profunda nostalgie a omului religios este aceea de a locui într-o «lume divină», de a avea o casă asemănătoare «casei zeilor»."(Eliade 1992: 63) Astfel se explică nevoia omului de televizor, dorința acestuia de a-şi trăi viața după canoanele fixate de eroii micului ecran, de a avea o casă sau o viață asemănătoare cu a acelora sanctificați prin apariția pe micul ecran.

---

61 „Deoarece textele mass-media oferă publicului un sentiment de ordine, ele acționează în sensul reducerii haosului – privitorul este asigurat de existența unei lumi sigure şi ordonate." Vezi Mihaela Constantinescu, *Post/postmodernismul...*, p. 135.

Timpul sacru

– Timpul sacru este un timp mitic neidentificat cu cel istoric, în care se creează lumea, în care se instituie toate celelalte acte umane fundamentale.
– Timpul sacru poate fi reactualizat, retrăit la nesfârşit prin repetarea rituală a mitului creaţiei. A trăi timpul sacru înseamnă a te înveşnici.
– Timpul sacru presupune o ieşire din timpul istoric, conducând, prin participarea la actul creator divin, la o renaştere cu forţe noi.
– Timpul sacru este un timp festiv, sărbătoresc, al înnoirii, prin care omului i se dă posibilitatea unui nou început.

Omul religios[62] distinge două feluri de timp (Eliade 1992: 67-72): „Timpul profan, durata temporală obişnuită în care se înscriu actele lipsite de semnificaţie religioasă", şi timpul sacru, identificat cu timpul creaţiei sau al hierofaniei, timpul în care Dumnezeu a făcut lumea sau în care divinul a intervenit la un moment dat în istoria lumii. Acel timp de demult poate fi reactualizat, retrăit de omul religios prin repetarea rituală a mitului, a acţiunii de creare a lumii sau de consacrare a unui act uman oarecare.[63]

„Omul religios se scaldă periodic în timpul mitic[64] şi sacru, regăseşte timpul originii, cel «care nu curge», deoarece nu ţine de

62 Atunci când va fi amintit pe parcursul acestui subcapitol omul religios, citându-l pe Mircea Eliade, nu-l vom include în mod automat şi pe creştin, deoarece în mai multe puncte afirmaţiile care privesc pe omul religios descris în termenii fenomenologiei religiilor nu sunt valabile şi în creştinism.

63 În faţa cercetării ce vizează asemănarea dintre timpul televizualului şi timpul sacru, se ridică o anumită problemă pe care o vom înlătura încă de la început prin clarificarea cadrului în care acest studiu se va desfăşura. Timpul sacru pe care Eliade şi ceilalţi cercetători ai religiilor îl găsesc comun în majoritatea religiilor diferă în câteva puncte esenţiale de timpul trăit în creştinism. Astfel că multe din afirmaţiile următoare nu sunt valabile şi în creştinism.

64 Timpul mitic, chiar dacă nu este identic cu cel creştin ca percepţie şi perspectivă teologică, reflectă tendinţa omului de a evada din existenţa profană lipsită de sens, în spaţiul şi timpul lumii transcendente, spirituale. Că acest efort constituie în cele mai multe cazuri un eşec, însemnând în fapt doar o evaziune în spaţiul şi timpul imaginarului sau al ritualurilor idolatre, aceasta este o problemă pe care cartea de faţă nu-şi propune să o lămurească.

durata temporală profană, constând dintr-un prezent etern recuperabil la nesfârşit" (*Eliade* 1992: 62). Timpul sacru înseamnă o ieşire, o evadare din timpul istoric prin participarea la actul creator divin. Retrăind actele creației sau reiterând actele sau gesturile zeilor, omul religios, prin actul ceremonial (reactualizarea mitului), îşi manifestă, de fapt, dorința de a participa şi el la viața divinității, la experiența cea adevărată, profundă şi esențială. Timpul în care se desfăşoară acest ritual este considerat sacru, deoarece el se află în afara timpului istoriei profane, căci în acest timp omul comunică prin imitare şi identificare cu zeii săi. Invers, se poate spune că timpul în care omul religios urmăreşte, în gesturile existenței sale cotidiene, să împlinească acte care decurg, prin asemănare, din cele divine, descrise sau cunoscute prin intermediul mitului, cum ar fi ritualul semănatului, al culesului, al vânătorii[65], se socoteşte a fi un timp îmbogățit, primenit sau sacru.

„Acest comportament privitor la timp, afirmă Eliade, este suficient pentru a-l distinge pe omul religios de omul nereligios: primul refuză să trăiască doar în prezentul istoric; el se străduieşte să găsească un timp sacru care, în anumite privințe poate fi omologat cu veşnicia." (*Eliade* 1992: 65) Timpul sacru este, prin excelență, festiv, sărbătoresc, iar sărbătoarea nu este doar comemorarea unui eveniment mitic, ci şi reactualizarea lui. Timpul sărbătorilor este pentru toate popoarele un timp ceremonial. Este un timp al înnoirii şi, de aceea, face posibilă o anumită detaşare, o eliberare de tensiunile şi problemele trăite în timpul istoric; un timp al reînnoirii, deoarece actul ritual, ca reactualizare a timpului sacru, are această caracteristică de a-l face pe om să trăiască un nou început. De fapt, fiecare sărbătoare celebrează într-un fel chiar o înnoire a timpului istoric.

---

65 Este vorba de ritualizarea existenței cotidiene prin imitarea actelor pe care zeii le-au săvârşit în illo tempore şi prin care se fondau, în fapt, aceste comportamente.

„În sărbătoare se regăseşte din plin dimensiunea sacră a vieţii, se regăseşte sfinţenia existenţei umane, care este o creaţie divină. În restul timpului rişti mereu să uiţi ceea ce este fundamental: că existenţa nu este dată de ceea ce numesc modernii Natură, ci este o creaţie a lui Dumnezeu. Sărbătorile sacre restituie deopotrivă dimensiunea sacră a existenţei, reamintind felul în care Dumnezeu sau strămoşii mitici l-au creat pe om şi l-au învăţat diverse comportamente sociale şi practice.

Timpul sacru este un timp exemplar, un timp al zeilor, al lumii de dincolo, al veşniciei sau al înveşnicirii. Este un timp în care dispare teama, tensiunea apropierii morţii" (*Eliade* 1992: 64-66). Este timpul vieţii plenare deoarece, prin trăirea actului ritual sau prin pătrunderea în acest timp, omul religios simte că se înveşniceşte, hrănindu-se prin participare din timpul celor care nu îmbătrânesc.

Căutarea timpului sacru este, de fapt, căutarea paradisului pierdut sau expresia năzuinţei omului de a se înveşnici cumva, de a avea acces la împărăţia cerurilor. Prin pătrunderea în timpul sacru, omul iniţiază comunicarea cu lumea nevăzută, cu Dumnezeu, aspirând să rămână în aceasta pentru totdeauna[66]. Având în vedere cele expuse anterior, se pot desprinde patru caracteristici fundamentale ale timpului sacru. În cele ce urmează, vom încerca să vedem în ce măsură acestea definesc şi timpul în care se iniţiază telespectatorul prin vizionarea TV.

66 Cu toate că în nevoia omului religios de a se încadra înr-un timp religios, sacru se poate citi uşor dorinţa acestuia de a se mântui eliberându-se de moartea ce dospeşte în trupul său, îndepărtarea de Dumnezeul Cel Adevărat l-a făcut să-şi piardă reperul şi posibilitatea reală a înveşnicirii, a mântuirii prin biruinţa morţii în Hristos. Plăsmuirea imaginară a unei realităţi „sacre", precum se întâmplă în religiile păgâne, şi raportarea la aceasta nu este decât un refugiu, un surogat, o iluzie cu care omul îşi hrăneşte setea de Dumnezeu, setea de infinit.

Timpul originar, mitic şi sărbătoresc al lumii micului ecran este omologat cu veşnicia

– Prin intermediul vizionării TV, telespectatorii se transformă în călători spaţio-temporali şi, astfel, au posibilitatea pătrunderii în timpul subiectiv al „eroilor civilizatori" ai micului ecran. Timpul TV, ca şi cel mitic, este un timp narativ, repetabil (prin reluarea vizionării), discontinuu şi structurat mozaicar, un timp diferit de cel istoric sau de acela pe care omul îl percepe şi îl trăieşte în viaţa obişnuită.
– Ca şi timpul mitic, timpul lumii TV poate fi reactualizat oricând în viaţa telespectatorului, prin vizionarea în reluare a unui film sau a unei alte emisiuni. Vizionarea conferă astfel sentimentul înveşnicirii.
– Bătrâni sau tineri, toţi telespectatorii trăiesc empatic pe parcursul vizionării vârsta personajelor de pe micul ecran, precum se întâmplă în cazul reactualizării timpului mitic.
– Pătrunzând în timpul lumii TV, oamenii uită de grijile, necazurile sau de problemele cotidiene, nu mai conştientizează dureroasa trecere a timpului vieţii, se eliberează de spectrul îmbătrânirii, al lipsei de sens sau de cel al morţii. Vizionarea TV îmbracă un caracter sărbătoresc.

1. Timpul sacru este un timp mitic neidentificat cu cel istoric, în care se creează lumea, în care se instituie toate celelalte acte umane fundamentale.

Primul lucru care poate fi remarcat cu uşurinţă este acela că timpul perceput de-a lungul vizionării TV este diferit de timpul existenţei noastre cotidiene. Johnson foloseşte metafora „călători spaţio-temporali", pentru a arăta că vizionarea presupune şi o călătorie în timp.

Prin vizionare, pătrundem şi trăim în timpul lumii TV. Percepţia curgerii timpului, fiind un fapt subiectiv, de conştiinţă, atâta vreme cât omul este absorbit, prin vizionarea TV, într-o altă realitate, situată în timpul subiectiv al unei alte existenţe (timpul eroilor de la televizor), telespectatorul va percepe cu totul altfel trecerea timpului. Prin proiecţie şi identificare devine posibilă trăirea pe durata vizionării TV a timpului subiectiv al personaje-

lor sau evenimentelor de pe micul ecran, cu care a intrat în empatie telespectatorul.

Curge, oare, acest timp al televiziunii precum cel mitic sau cel sacru, aşa cum este el trăit în diferite religii? În mod evident, timpul televizualului nu este unul cu o desfăşurare continuă, precum cel pe care omul îl percepe în mod obişnuit în viața sa; nu este timpul trăit de un subiect uman, timpul care trece şi nu se mai întoarce, acelaşi pentru toți contemporanii lui. Nu este timpul transformărilor, al devenirii, al îmbătrânirii, al unui prezent care devine trecut; un trecut care se îndepărtează cu fiecare clipă tot mai mult. Timpul televizualului are o structură mozaicară, fiind compus dintr-o mulțime de istorisiri, de fapte desfăşurate în momente diferite. Este un timp discontinuu, în care nu pot fi parcurse şi trăite toate faptele petrecute între două momente diferite. Timpul TV este un timp structurat de creatorii de programe cu scopul de a pune în evidență semnificația faptului transmis, valoarea faptelor, a trăirilor, mirajul. În lumea televizuală, nu este atât de importantă situarea în timp (ziua, luna, anul) sau durata desfăşurării unui eveniment sau a unui film, ci semnificația faptelor transmise sau însăşi captivarea telespectatorului în acțiunea de pe micul ecran. (*Constantinescu* 2001: 136) Este vorba de un timp al narațiunii, dar şi al seducției, al trăirilor empatice în interiorul lumii imaginare, şi nu al devenirii ca subiecte personale.

Filmele sau programele ne impun participarea la un timp propriu care, prin reluarea emisiunii, poate fi retrăit de telespectator în chip identic. Nu există nici un alt gest în existența umană care să poată fi retrăit în acelaşi cadru de timp, în aceeaşi durată. Numai timpul televiziunii ca timp mitic permite aceasta. El oferă repetarea perfectă a timpului mitic sau a realității televizuale respective. Aceasta se întâmplă chiar mai bine decât în cadrul mitului sau al ritualului religios, care poate fi reprodus oricând în istorie, dar în alte condiții fizice, cu alți oameni. Prin urmare,

timpul lumii TV, ca unul structurat, discontinuu, repetabil (prin intermediul reluărilor), a cărui curgere nu este semnificativă decât pentru desfăşurarea naraţiunii la care telespectatorul este chemat să participe, este diferit de cel istoric. Este prin excelenţă un timp mitic.

Întreaga atmosferă a peisajului televizual, importanţa care se acordă acestei lumi – milioanele de oameni care participă prin vizionare la faptele şi evenimentele transmise – conferă o aură aparte întregii „realităţi" TV, făcând-o cu adevărat mitică, exemplară şi semnificativă pentru istoria lumii reale. Timpul în care se trăieşte dincolo de ecranul televizorului devine mitic sau sacru nu numai prin cele enumerate mai sus, ci prin însuşi faptul că lumea de dincolo aparţine unui spaţiu de tip sacru, astfel că toate concură în a da coerenţă unei percepţii mitice realităţii televizuale.

2. Timpul sacru poate fi reactualizat, retrăit la nesfârşit prin repetarea rituală a mitului creaţiei. A trăi timpul sacru înseamnă a te înveşnici. (Eliade 1992: 75)

Oferă timpul trăit de telespectator sentimentul unei înveşniciri, al depăşirii condiţiei de fiinţe supuse sub vremuri? Trebuie să observăm că realitatea televizualului nu are trecut sau viitor, ci numai un continuu prezent. Este o istorie pe care televizorul o plăsmuieşte şi o poate reproduce de oricâte ori doreşte. Ea s-a consumat, dar poate fi reluată în mod identic, precum în cazul naraţiunilor mitice. Vizionarea aceluiaşi film ne dă, ori de câte ori o reluăm, sentimentul că trăim în prezentul aceleiaşi realităţi. Bătrâni sau tineri, trăim prin identificare, în calitate de telespectatori, vârsta celui de pe micul ecran. Dispunem de tinereţea, agilitatea, puterea sau prospeţimea sa. Uităm o clipă de noi şi visăm. Astfel, televiziunea ne permite pe parcursul vizionării (însă numai pe durata ei) să ne simţim fără vârstă, oarecum nemuritori.

Faptul este, de altfel, caracteristic tuturor fenomenelor de evaziune în imaginar (vis, halucinații etc.) și explică însăși nevoia de a evada sau, în cazul nostru, nevoia de televizor. (*Durand* 1999) Practic, ceea ce imaginarul oferă cu „generozitate" pentru câteva clipe este uitarea. Omul uită că este muritor, că fiecare clipă care se scurge îl apropie de moarte. Unii uită de grijile, de durerile, de greutățile de fiecare zi, de lipsa de sens care se trăiește atât de intens în lumea noastră desacralizată. Alții uită de greșelile, de murdăriile sau păcatele săvârșite, uită de datorii și de presimțirea că odată vor trebui să dea socoteală pentru toate acestea.

Televiziunea, inserându-i pe telespectatori în psiho-mentalul personajelor de dincolo de ecran, introducându-i în timpul mitic, al înveșnicirii în clipa trăită empatic, este cel mai bun analgezic sau anestezic al simțului realității și al celui al responsabilității, și, practic, un fel de leac pentru a uita că trebuie să ne trăim propria viață. Timpul TV este un permanent prezent al creației (lumii TV), iar importanța care se acordă unui fapt, pentru că apare în spațiul pseudo-sacru al televizorului, face ca actul acela să devină exemplar, semnificativ pentru istorie. El dă, astfel, sens istoriei văzute. Din acest punct de vedere, televiziunea este tehnologia ideală reproducerii mitului.

Acest prezent continuu la care ne cheamă televiziunea este, de fapt, timpul în care omul simte că se înveșnicește, în sensul că uită de dureroasa trecere a timpului vieții sale. El nu te trimite la altceva, ci te ține, te revendică numai pentru el. Este și aceasta o formă de înveșnicire într-un permanent prezent al televiziunii. De fapt, una din caracteristicile televiziunii este, după specialiști, chiar instituirea acestui prezent continuu care ne limitează, ne înrobește în limitele sale înguste. În prezentul televizualului este condensată întreaga istorie trecută și viitoare. El nu lasă timpul reflexiei, ci cheamă doar la a trăi cu intensitate maximă realitatea respectivă. Aceasta este atmosfera dominantă a lumii TV.

Filmele, programele de ştiri, toate aparţin numai unui prezent continuu, care oferă siguranţă în interiorul său. Este, de fapt, un timp închis, fără ieşire, pentru că el nu trimite la o depăşire, la o finalitate, la un eshatologic, la acţiune din partea minţii şi a trupului, spre devenire reală, spre un anumit sens. Logica, sensul şi desfăşurarea acestui timp aparţin nu lumii reale, ci spaţiului imaginar.

3. Timpul sacru presupune o ieşire din timpul istoric conducând, prin participarea la actul creator divin, la o renaştere cu forţe noi (Eliade 1992: 75).

Este evident că şi timpul televizual, ca şi cel mitic, este un timp anistoric ce presupune o ieşire din timpul vieţii noastre personale şi al lumii contemporane nouă. Concomitent însă, el prilejuieşte o înnoire permanentă a unor trăiri intense, prin empatia cu personajele de pe micul ecran. Este timpul când ne aflăm împreună cu cei pe care îi apreciem, îi admirăm, cei care ne dau sens, când ne aflăm în centrul atenţiei, când participăm la existenţa exemplară. Sentimentul de care este animat telespectatorul, atunci când se uită la televizor, este acela că trăieşte o altă dimensiune a existenţei sale. Se simte mai tânăr sau mai bătrân, ia de la capăt o existenţă cu puteri înnoite, împreună cu personajele de pe micul ecran. Este cu adevărat un timp exemplar, căci este puternic, este intens, ne umple acele clipe.

4. Timpul sacru este un timp festiv, sărbătoresc al înnoirii prin care omului i se dă posibilitatea unui nou început (Eliade 1992: 64).

De câte ori nu ni s-a întâmplat să ne aşezăm în faţa televizorului seara, după o zi de muncă, cu sentimentul că avem dreptul să ne bucurăm de acest moment festiv pe care ni-l oferă televiziunea? Fie că este un meci de fotbal, fie un film pasionant, aşezarea în faţa televizorului îmbracă într-adevăr haina trăirii unui timp sărbătoresc. În urma vizionării însă, lumea ne apare tot mai monotonă, mai tristă, ne simţim goliţi şi oarecum indispuşi să

constatăm că trebuie să trăim într-o astfel de lume. Cenuşiul cotidianului, grijile, o lume nebună ne sperie şi ne fac să jinduim reîntoarcerea la atmosfera perpetuu sărbătorească (distractivă) a micului ecran, la siguranța unei existențe în care poți avea totul – bogăție, putere, forță, strălucire etc. – fie şi numai în mod iluzoriu.

Televiziunea creează o breşă în istoria imediată, facilitând comunicarea cu istoria memorabilă a lumii TV care se desfăşoară în paralel şi care reflectă, dar şi redimensionează, în acelaşi timp, însăşi istoria lumii în care ne desfăşurăm existența. La televizor, fiecare clipă marchează un început memorabil sau presupune repetarea unui act exemplar. Timpul micului ecran nu este liniar şi succesiv, ci se poate dilata sau contracta, poate să se rupă sau să se repete, este timpul unor ființe care transcend lumea noastră, şi la care se poate participa, poate fi actualizat numai prin vizionarea TV.

Mitul

– Mitul povesteşte un episod din viața zeilor sau a eroilor civilizatori, dezvăluie modul în care aceştia ar fi creat lumea sau în care au instituit un comportament anume.
– Acțiunea mitului se petrece în timpul şi în spațiul sacru, iar prin intermediul său, este fundamentată existența omului „religios" (a idolatrului în speță), comportamentul şi mentalitățile sale.
– Reactualizarea miturilor în viața omului „religios", prin actul ritual, este mijlocul prin care acesta comunică cu zeii săi. Prin participarea la existența mitică, prin imitarea zeilor, se dobândeşte sentimentul unei trăiri intense, plenare, al împlinirii şi al realizării.

Mitul povesteşte o faptă de demult, de la începutul timpului şi crearea lumii, ceea ce zeii sau ființele divine au făcut la crearea timpului (*Eliade* 1992: 72-106). El proclamă apariția unei noi situații cosmice. Este povestea noii creații: se povesteşte cum s-au săvârşit lucrurile, aşa cum au început să fie. Odată spus sau revelat, mitul devine adevăr absolut, de necontestat. „Este aşa pen-

tru că se spune (n.n. spune mitul) că este aşa", declară eschimoşii netsilik (*Eliade* 1992: 89).

„Irupția sacrului în lume, povestită de mit, întemeiază cu adevărat lumea[67]. Fiecare mit arată cum a început să existe o realitate, fie ea o realitate totală, Cosmosul, sau chiar un fragment: o insulă, o specie vegetală, o instituție umană. Narând cum au început să apară lucrurile, ele sunt explicate şi se răspunde indirect la întrebarea «de ce»au început să existe. Acest «de ce» este mereu parțial conținut în «cum» şi aceasta pentru simplul motiv că, povestind cum s-a născut un lucru, se dezvăluie irumperea sacrului în Lume, cauză ultimă a oricărei existențe reale." (*Eliade* 1992: 90)

Sunt mituri care vorbesc despre fertilitatea pământului şi care fondează comportamentul agricultorilor; mituri care istorisesc cum un personaj sacru a fundamentat pescuitul şi navigația, şi acestea vor fi model pentru pescari şi navigatori etc. Omul religios se străduieşte permanent să reactualizeze în propria viață miturile, să se apropie, astfel, de zei şi să participe la Ființă. Prin aceasta, mitul „devine modelul exemplar al tuturor activităților umane: el este singurul în măsură să dezvăluie realul, supraabundența, eficiența." (*Eliade* 1992: 91) Toate actele umane ajung astfel să fie modelate prin intermediul mitului.

---

67 Întemeind această analiză pe criteriile cele mai generale de identificare a fenomenului de tip religios, nu dorim să se înțeleagă faptul că susținem relativismul religios de tip nihilist, care spune că toate religiile sunt la fel de bune, căci duc către acelaşi Dumnezeu. În acelaşi timp, recunoaştem însă că fragmente ale revelației primordiale s-au păstrat în cele mai multe din religiile lumii, sub formă de arhetipuri sau structuri ale actului religios. Caracterul ritual sau mitul ca narațiune a actului creator sau a faptelor exemplare, demne de reactualizat în viața noastră este un astfel de element. Că el a fost schimonosit adesea până la desfigurare este cu totul altceva. Oricum, actul ritual de actualizare a miturilor în viața oamenilor sau a comunităților umane exprimă această dorință a omului de a se pune în acord cu Creatorul lumii, de a participa la realul profund, la transcendență, reprezintă dorința omului de a se elibera de condiția profană a existenței, de vremelnicie, în căutarea veşniciei şi a absolutului. Este, practic, o nesfârşită sete de ființă, de comunicare cu Părintele ceresc, cu rudele sale de sus, o anumită nostalgie a paradisului pierdut.

1. Mitul este o acțiune exemplară prin care se creează lumea, se generează arhetipurile, modelele tuturor actelor umane fundamentale;

2. El s-a petrecut undeva în timpul sacru: *illo tempore;*

3. Se revelează în istorie şi devine din acel moment adevăr absolut, cu putere modelatoare pentru comportamentul omlui pe care îl vizează;

4. Numai pe măsura participării la existența mitică, prin imitarea comportamentului zeilor, omul religios se menține în sacru şi, prin urmare, în realitate;

5. Datorită reactualizării miturilor, a gesturilor divine în existența cosmosului, lumea este reînnoită şi sanctificată prin comunicarea cu zeii şi cu sacrul.

Lumea TV ca realitate mitică

– Mitul este prezent în majoritatea genurilor de emisiuni TV.
– Oamenii se raportează la lumea TV, ca la o realitate mitică.
– Televiziunea se foloseşte de mit, de autoritatea sa, pentru determinarea comportamentelor şi a mentalităților, în următoarele modalități: a) instrument al manipulării politice; b) mijloc al formării identităților (a consumatorul ideal).

Literatura referitoare la televiziune – ca instituție creatoare de noi mitologii (care se foloseşte de mit pentru a modela mai uşor gândirea şi comportamentul uman) este foarte bogată. Unii se referă la motivele mitice pe care le propune filmografia – lupta dintre erou şi monstru, bătălia şi încercările inițiatice, figurile şi imaginile exemplare, tânăra fată, eroul, peisajul paradisiac, infernul etc. (Eliade 1992: 121) Alții demonstrează caracterul ritual, chiar mitic al construcției ştirilor, care mai mult dramatizează, apelând la emoțional, la trăiri subiective ritualice, decât informează. (Berger, 1991: 199) Ştirile, spune P. Dahlgren, sunt

structurate sau prezentate în „modalități care sunt simbolice, rituale, în ultimă instanță mitice, iar nu informaționale" (Dahlgren 1992: 205). Jean Baudrillard insistă mult pe miturile consumatoriste, pe mitul american. Sunt, de asemenea, descifrate de diferiți sociologi miturile folosite în reflectarea televizuală a conflictelor politice sau a războaielor. Miturile instituite de vedete ale zilei, actori, eroi populari etc.

Mitul este prezent în majoritatea genurilor de emisiuni TV. Cu toate că foarte puțini sunt conştienți de acest lucru, cei mai mulți oameni sunt astăzi influențați în înțelegerea mesajului televiziunii, în gândire şi comportament, în întregul mod de viață prin împărtăşirea simbolică din miturile TV, prin participarea rituală la actul televizual.

Televiziunea se foloseşte de mituri în două modalități diferite: pe de o parte, vrând să favorizeze înțelesul pe care doreşte să-l confere unui fenomen, îl încadrează pe acesta într-o structură mitică. Pe de altă parte, prin autoritatea televiziunii, apelându-se la gândirea mitică (simboluri şi arhetipuri), se impun noi mituri în conştiința colectivității, mituri în care se află concentrat codul de valori şi de comportament al omului modern.

Care sunt motivele pentru care lumea TV poate fi uşor asimilată cu o realitate mitică ce conferă un caracter ritual actului vizionării?

1. Oamenii, faptele şi lucrurile, prin apariția pe micului ecran, sunt încadrate într-un spațiu şi timp ale căror caracteristici sunt similare cu cele ale spațiului şi timpului sacru.

2. Lumea TV ne transcende, este dincolo de noi, este intangibilă.

3. Caracterul public al televiziunii favorizează, în mod deosebit, impunerea lumii TV în conştiința oamenilor ca o realitate cu caracter mitic. Actul urmăririi unui meci, de exemplu, este împărtăşit de milioane de oameni simultan. Această participare colectivă, chiar dacă numai într-un mod virtual, la acelaşi

eveniment mediatic are un efect puternic, copleşeşte şi dă evenimentului respectiv o semnificaţie proporţională cu audienţa pe care o are, deşi, în realitate, faptul mediatizat poate fi lipsit de importanţă. Apariţia pe micul ecran conferă valoare, creşte importanţa şi relieful oricărui act, oricât de nesemnificativ ar fi, căci, se subânţelege că, dacă nu ar fi atât de important, nu s-ar afla în atenţia atâtor oameni.

Este, de fapt, un cerc vicios; un eveniment tocmai pentru că este urmărit de mulţi se vădeşte ca fiind important, ceea ce-l face să fie urmărit de mult mai mulţi oameni. Recunoaşterea publică dă relief, poate face ca un fapt minor să pătrundă în conştiinţa colectivă, îndreptăţindu-l prin aceasta să devină un reper comunitar. În general, televiziunea încearcă să dovedească prin orice mijloc importanţa faptelor prezentate.

4. Legătura strânsă cu televizorul, dependenţa de mesajele şi imaginile sale, pentru satisfacerea nevoii de divertisment, de orientare, de informare etc. îl face pe om să se situeze tot mai mult într-o postură „filială", într-un raport de subordonare şi de dependenţă faţă de autoritatea televiziunii. Aceasta devine un părinte care dă copiilor săi tot ceea ce au nevoie, satisfăcându-le de la micile plăceri ale divertismentului până la nevoile mai înalte ale definirii identităţii, socializării sau nevoii de a comunica, cu condiţia de a fi urmărit cu docilitate.

5. La autoritatea televiziunii, dar şi la caracterul său ritual, contribuie, de asemenea, ritmicitatea şi durata în timp pe care se manifestă acest obicei în viaţa omului modern. Câteva ore de vizionare, acordate zilnic de o mare parte a populaţiei pe parcursul zecilor de ani, este un obicei a cărui frecvenţă şi durată mai poate fi întâlnită doar în situaţia actului religios. Şi în acest caz, numai cei mai râvnitori ajung, în mod obişnuit, ca, în contextul vieţii cotidiene, să acorde câteva ore rugăciunii sau slujbelor Bisericii.

7. Însuşi actul vizionării, ca atitudine fizică (organizare a spaţiului în care se desfăşoară vizionarea) şi mentală, este asemănător cu unul ritual. Telespectatorii se aşază la câţiva metri de televizor, în linişte, în general, într-o cameră semiîntunecoasă. Mesajul TV domină întreaga atmosferă. Spectatorii (adepţii) sunt ascultători şi atenţi. Alte activităţi desfăşurate în acest timp sunt mai puţin probabile. Însuşi spaţiul camerei este organizat (dispunerea lucrurilor şi a oamenilor) în funcţie de televizor. Televizorul este pus astfel încât să poată fi privit de cât mai mulţi şi din poziţii cât mai comode. Adică, o activitate obişnuită desfăşurată în spaţiul respectiv să aibă loc aproape automat cu faţa la televizor. Dar orientarea strictă a unei activităţi într-o anumită direcţie se întâlneşte numai în realitatea religioasă. Spaţiul profan este omogen şi uniform, el nu are direcţii privilegiate. Pentru omul religios însă, locul unde Se revelează Dumnezeu structurează întregul spaţiu. Creştinul se închină către răsărit, mahomedanii se întorc cu faţa către Mecca. În toate religiile care au temple şi altare, ritualul religios se desfăşoară cu faţa îndreptată către altar. Pentru un creştin obişnuit în casa lui, rugăciunile şi le face în faţa icoanei – chipul Mântuitorului sau al Maicii Domnului, sau către răsărit.

8. Dincolo de acest cadru al desfăşurării vizionării TV, care favorizează o receptare ritualică a mesajului, chiar mesajul în sine are în mod preponderent o structură mitică, şi nu raţională, din următoarele motive:

a) Forma de prezentare a întregului conţinut al programelor TV este una dramatică. Punând accentul pe naraţiune, pe impresia emoţională, mai mult decât pe mesajul discursiv, raţional (*Berger*, 1991: 199), conţinutul programelor de televiziune se aseamănă mult sau este uşor asimilabil actualizării narative, dramatice a mitului.

b) Retorica implicită sau explicită ce caracterizează toate genurile TV ne sugerează că tot ceea ce ni se oferă spre vizionare

poartă pecetea extraordinarului, este o lume exemplară. „Noi vă furnizăm adevărul, esența, noi deținem controlul absolut al tuturor situațiilor, cheia, explicația, puterea şi siguranța", se afirmă cu subînțeles în tot ce apare pe micul ecran.

Toate acestea fac ca lumea televiziunii să dobândească o uriaşă forță de persuasiune şi insinuare în conştiința telespectatorilor, „afectându-le viața în mod necondiționat" (*Velasco1997*: 217), la fel cum se întâmplă în cazul Misterului. Numai mitul sau actul religios au mai avut, în istorie, o forță de influențare, de unificare şi de omogenizare similară televiziunii. Altfel spus, televiziunea reuşeşte să se instituie ca putere modelatoare asupra comportamentului uman, jucând un rol esențial în societatea modernă, tocmai pentru că lumea la care ne invită să participăm prin vizionare este o realitate cu importante valențe mitice. „Televiziunea a devenit, spune M. Constantinescu, standardul prin care este judecată, ordonată şi înțeleasă lumea non-televizată (realitatea cotidiană), transformându-se într-un soi de limbaj specializat care furnizează termenii prin care fenomenele non-televizate pot căpăta semnificație." (*Constantinescu* 2001: 214)

Mitul ca instrument politic

Televiziunea se foloseşte de mituri în primul rând pentru a facilita sau eficientiza transmiterea înțelesului pe care creatorii de programe intenționează să-l inoculeze în mințile telespectatorilor. Transmisiunile în direct, comentariile şi chiar modul în care sunt structurate conflagrațiile sau războaiele pe micului ecran îmbracă un caracter mitic. Ignaçio Ramonet, spre exemplu, identifică în contextul transmisiunilor TV ale războiului din Golf (anul 1991) trei mituri sau trei obiecte cu forme precis determinate, care au căpătat aspecte de mit: masca de gaze, avionul nedetectabil şi rachetele Patriot. (*Ramonet* 2000: 124) Iată cum au

fost structurate două dintre principalele mituri care au animat mediatizarea războiului din Golf.

Masca de gaze, „imagine apărută ca din adâncul temerilor noastre, îi dă aceluia care o poartă un chip de hymenoptera, de insectă amenințătoare cu ochi mari şi rotunzi, şi gura filtru. Aminteşte mai ales de obsesia arhaică a unui mort invizibil şi inodor" (*Ramonet* 2000: 124). Masca de gaze simboliza „amenințarea cu anularea omului nou pe care să-l trimită spre latura tulbure a mulțimilor fără chip, fără voință" (*Ramonet* 2000: 124). Văzând mulțimile de soldați cu măşti de gaze pe față, se sugera grozăvia depersonalizării pe care o aduce dictatura. Saddam Hussein devenea monstrul care creează această stare de lucruri. Portul măştii de gaze datorat amenințării regimului lui Saddam Hussein sugerează amenințarea pe care o prezintă orice regim dictatorial.

Al doilea obiect este bombardierul American F117, numit „nedetectabilul", o pasăre ciudată care stârneşte un fior profund. Este venită parcă din altă lume, fantastică şi misterioasă. Secretul acestei păsări de metal este că nu poate fi detectată. Invizibilul, spune Ignacio Ramonet, incarnează aici un mit mai vechi, precum Ulisse. Simbolul acestei invizibilități „este speranța inconştientă a cetățeanului mai supravegheat ca niciodată în societatea noastră liberă de a deveni la rândul lui invizibil, ca o fantomă, un suflet, un spirit şi în acelaşi timp material ca o ființă vie" (*Ramonet* 2000: 127).

Nu ne vom îndepărta încă de zona mitologiei politicului, pentru a observa un alt aspect important al funcției mitice a televiziunii.

Mitul terorismului

O a treia caracteristică a mitului, adică revelarea lui în istorie şi valoarea de adevăr absolut pe care o capătă din acel moment,

este intens exploatată de media vizuală. Odată cu apariția la televizor a unui eveniment, acesta poate căpăta un relief sau un ecou profund în conştiința oamenilor, devenind reper fundamental în istoria ulterioară.

Cel mai bun exemplu, în acest sens, ni-l oferă atacul de la 11 septembrie 2002, din New York. Până în acea zi, ideea de terorism nu avea un relief bine conturat în conştiința oamenilor din întreaga lume, iar nume precum Ben Laden şi Al Quaeda erau total necunoscute. Ce a schimbat acea transmisiune în direct reluată de mii de ori pe toate posturile de televiziune? Terorismul a devenit problema principală pe ordinea de zi, nu numai a oamenilor politici sau a mass-mediei, dar şi în conştiința a sute de milioane de oameni. Întreaga lume a fost cutremurată de ideea de terorism. Până şi în România au început să se dea alarme, să fie analizat fenomenul terorismului, să se caute genți cu bombe în stațiile de metrou. Politica mondială şi-a redefinit vectorii de acțiune. S-au dat legi pentru ascultarea tuturor telefoanelor. S-au organizat strategii mondiale şi naționale de luptă împotriva terorismului, de control mai atent al mişcărilor şi libertății persoanei. Cu toate acestea, nu terorismul este problema principală a majorității popoarelor lumii, inclusiv a României. El constituie doar un mit care fundamentează un anumit tip de comportament al marilor puteri politice.

Reversul sau dovada ghidării conştiinței publice sau individuale după miturile TV se vede în faptul că evenimente mondiale cu o semnificație deosebită, dacă sunt nemediatizate, dacă nu apar pe sticla ecranului, alunecă în întuneric sau în inexistență. Un exemplu clasic îl reprezintă invazia americană în Panama, desfăşurată exact în aceleaşi zile cu Revoluția română. Cu toate că acolo au fost omorâți de armata americană peste 2 000 de oameni – femei, copii, bătrâni sau tineri, majoritatea neînarmați – dublu decât în România, faptul a rămas aproape necunoscut. Ignaçio Ramonet se întreabă: „De ce n-a vorbit nimeni despre

genocidul din Panama, nici despre masacre? Armata americană nu le-a permis jurnaliştilor să filmeze scene de război, «nici o imagine a luptelor», constată un critic de televiziune. Or, un război invizibil nu impresionează pe nimeni, nu revoltă opinia publică" (*Ramonet* 2000: 114).

Mitologizarea prin televiziune

Televiziunea redefineşte, prin funcţia sa mitică, conceptul de istorie, de timp, de spaţiu şi de existenţă. Există numai ceea ce se vede, ceea ce pătrunde în conştiinţa umană, adică ceea ce este televizat. Televiziunea confiscă, practic, realul pentru a ne introduce în hiperrealul lumii TV.

În afara funcţiei de influenţare a gândirii politice – fundamentarea anumitor atitudini politice ale puterilor conducătoare – mitul TV este folosit şi pentru modelarea comportamentelor şi a identităţii publicului.

Din anii '70, s-a început studierea mai atentă a mecanismelor de imitare pe care le pune în mişcare televizorul. Se pare că, prin vizionarea TV, ca şi în cazul mitului, oamenii, mai ales tinerii, au tendinţa de a imita sau a-şi însuşi comportamentele eroilor de pe micul ecran. Consacrarea, forţa, eficienţa, intangibilitatea, întregul cadru mitologic, fac ca personaje precum Madona, Michael Jackson, prezentatoare de modă, actori, sportivi şi VIP-uri să devină, prin intermediul televiziunii, modelele sau chiar idolii multor telespectatori.

Douglas Kellner acordă o atenţie specială influenţei acestor mitologii ecranizate asupra identităţii şi vieţii omului contemporan. În cartea *Cultura ca afacere,* el analizează atât modul în care este construit şi pus în scenă mitul Rambo, comportamentele pe care acesta le consacră, cât şi efectul răspândirii acestui mit în lumea occidentală.

„Rambo-mania"

Rambo s-a dovedit a fi unul dintre cele mai populare filme ale epocii sale. La numai trei luni de la lansarea pe piață, încasările brute atingeau 150 de milioane de dolari numai în SUA. Un roman bazat pe film s-a vândut în 800 000 de exemplare. Doar după o lună şi jumătate de rulare, în SUA se vânduseră 600 000 de exemplare de postere cu Rambo şi 11 sortimente de nasturi Rambo.

Milioane de oameni nu numai că au văzut filmul, dar s-au decis să se identifice cu el şi să apară în public purtând imaginea lui Rambo (tricouri, şepci etc.) (Kelner 2001: 188). Au apărut arme de jucărie, vitamine, accesorii de luptă, articole de îmbrăcăminte Rambo şi chiar o poştă specială ce trimite Rambograme. Efectul nu s-a rezumat numai la spațiul american. Filmul a depăşit recordurile şi în Africa de Sud, Hong Kong, Taiwan, Venezuela, Israel, Liban, San Salvador, Marea Britanie etc.

Rambo a devenit un ideal şi un model pentru tinerii din întreaga lume. „Ofițeri şi soldați din armata Salvadorului au început să poarte acelaşi tip de eşarfă la gât şi bentiță în jurul frunții ca şi vânjosul Rambo" (Kelner 2001: 90). „Locuitori ai unui cartier select din Rochester au reclamat acte de vandalism ale unor tineri Rambo Raiders", admiratori ai lui Rambo. Joan Cortez, una din persoanele a căror casă a fost ținta actelor de vandalism declară: „Aceşti tineri simt că, dacă Rambo poate să facă aşa ceva, pot şi ei" (Kelner 2001: 89).

„Un băiat de 15 ani înarmat a pus capcane de tip jungle în parcul localității în care trăia. Un bărbat care interpreta rolul lui Rambo a fost trimis după gratii pentru că ar fi spălat creierul copiilor şi ar fi conspirat cu unul dintre ei în vederea omorârii părinților lui. Poliția a spus că el folosea arme şi muniție de luptă pentru a-i obişnui pe tinerii între 11-15 ani cu tacticile luptei de comando. Pe unii dintre băieți i-a dus să vadă *Rambo* de zece ori,

după cum a declarat sergentul James Huey din unitatea de luptă împotriva delincvenței juvenile" (*Kelner* 2001: 89).

Un adolescent aflat pradă iluziei că este Rambo a fost condamnat pentru înjunghierea celui mai bun prieten al mamei sale. „Un tânăr a declarat poliției că se juca de-a Rambo cu un vecin de 15 ani în noaptea în care acesta a fost ucis. (...) El a fost acuzat de multiple lovituri care au dus la moartea băiatului. Rambo s-a instalat ferm, așadar, în folclorul SUA și efectul Rambo a continuat să producă violență." (*Kelner* 2001: 90)

Rambo este cu adevărat un personaj mitic ale cărui fapte se petrec într-un spațiu și timp mitic, undeva în jungla vietnameză sau în perimetrul magic al micului ecran. Prin televiziune el se revelează în istorie și pentru mulți devine, din momentul vizionării filmului, un adevăr absolut, un model eroic cu putere modelatoare pentru comportamentul uman. Tinerii și adulții de pe tot cuprinsul globului găsesc în persoana lui Rambo, prin intermediul televizorului, pe eroul legendar care, prin imitare, oferă posibilitatea participării la existența extraordinară, la lumea exemplară a mitului, la dobândirea identității, la realizarea într-un plan ce transcende monotonia unei societăți desacralizate și haotice. Prin vizionarea TV și prin reproducerea pseudorituală a gesturilor arhetipale ale lui Rambo, omul modern se simte mai puternic, reînnoit sau reînsuflețit.

Comunicarea magică cu personajul fantastic Rambo dinamizează, entuziasmează, dă la milioane de oameni posibilitatea să-și găsească o identitate, un idol sau un zeu care să le garanteze puterea, eficiența și nemurirea. Actualizând acest vis în viața cotidiană, într-o formă sau alta, într-un grad mai mare sau doar prin câteva gesturi minore, oamenii trăiesc de fapt nostalgia paradisului pierdut demult, la începutul lumii, și pe care se simt tot mai puțin capabili să-l redobândească prin închinarea la Dumnezeul Cel Adevărat.

Televizorul – templu al lumii moderne, temeiul unui alt fel de sanctificări

– Lumea TV se instituie, funcțional vorbind, ca templu sau sanctuar al lumii moderne.
– Așa cum templul în religiile idolatre este spațiul comunicării cu lumea de dincolo și temeiul transformării (sanctificării) lumii, după modelul celei exemplare, a mitului, tot așa televiziunea, ca templu al lumii moderne, oferă posibilitatea comunicării cu „realitatea" micului ecran și a modelării, a transformării realității cotidiene după modelul celei mitologizate, consacrate la televizor.
– Reactualizarea periodică a gesturilor divine, afirmă Eliade, este necesară pentru „a-i învăța pe oameni sacralitatea modelelor". În această perspectivă, caracterul mitologic al programelor TV este cultivat prin două metode: 1. vizionarea în reluare și urmărirea pe perioade lungi a unui serial sau a unei emisiuni care are un cadru de acțiune și niște protagoniști stabili; 2. reproducerea în majoritatea filmelor sau a emisiunilor a acelorași motive mitologice.
– „Funcția de bază a mitului, spune Eliade, este aceea de a fixa modelele exemplare ale tuturor riturilor și ale tuturor activităților umane semnificative: alimentație, sexualitate, muncă, educație etc. Acesta este unul dintre mecanismele de bază în explicarea influenței imense pe care o are televizorul în configurarea modului de viață al omului contemporan.

Este greu de stabilit în mod precis cauza, dar un lucru este limpede: televiziunea reușește să se suprapună foarte bine peste realitatea lumii sacrului, așa cum aceasta era percepută în lumea religiosului descrisă de Eliade. Pe de o parte, spațiul TV și timpul TV simulează foarte bine structura spațiului și a timpului sacru, pe de altă parte, eroii și realitatea micului ecran, printr-o anumită distanțare de oamenii și lumea obișnuită, prin consacrarea publică aproape rituală, sunt ușor identificabili, la nivelul unei percepții inconștiente, arhetipale, cu eroii „civilizatori" sau zeii de demult. De aici decurg anumite consecințe cu efecte deosebit de importante pentru viața omului contemporan:

1. Lumea TV se instituie, funcțional vorbind, ca templu sau sanctuar al lumii moderne. De ce templu? Pentru că în majorita-

tea religiilor templul este considerat simbol sau casă a zeilor. Totodată, templul este „copie a arhetipului ceresc" (*Eliade* 1992: 57). Templul este *imago mundi* (imaginea lumii), a lumii de sus sau scena cosmică pe care se joacă mitul primordial.

Scena micului ecran se conformează definiției templului ca fiind locul „sacru", mitic, în care se manifestă eroii civilizatori – vedete, sportivi, personaje de film, modele (prezentatoare de modă), oameni politici sau arhitecți ai destinului popoarelor – şi unde este, într-un fel, recapitulată existența lumii moderne. Televizorul este locul prin care omul obişnuit (profanul) poate comunica, aşadar, cu lumea TV, poate participa empatic la realitatea mitică a acesteia.

„Structura cosmologică a templului, remarcă Mircea Eliade, aduce însă o nouă valorizare religioasă: loc sacru prin excelență, casă a zeilor, templul (în cazul nostru, lumea TV sau televizorul) resanctifică în mod continuu lumea, pentru că o reprezintă şi o conține în acelaşi timp, în definitiv, datorită templului este resacralizată lumea în totalitate." (*Eliade* 1992: 93) Constatarea pe care o făcea Eliade referitor la religiile păgâne se aplică foarte bine şi în cazul televizorului. Într-adevăr, televiziunea „reprezintă şi conține în acelaşi timp" lumea reală, pe de o parte, pentru că ea însăşi şi-a revendicat în ultimele decenii rolul de a recapitula şi reprezenta pe micul ecran tot ceea ce este esențial în lume şi pe de altă parte, deoarece într-o măsură tot mai mare istoria lumii moderne şi viața oamenilor sunt absorbite în sfera micului ecran.

Acea resanctificare sau resacralizare identificată ca atare de istoricii religiilor în cazul templului se poate constata şi în privința televizorului. Fenomenul pare straniu însă este foarte rezonabilă o astfel de interpretare. O lume care copiază – lumea TV – se face pe sine original, impunându-şi modelul lumii reale ca şi cum ea însăşi ar fi originalul. Această contaminare magică a lumii reale de duhul „realității" TV, această transformare a origi-

nalului după copia sa „sacralizată" este, de fapt, resacralizarea sau mai corect revrăjirea despre care se vorbea anterior. „Oricare ar fi gradul de impuritate al lumii, observă în continuare Eliade, ea este încontinuu purificată de sacralitatea altarelor." (*Eliade* 1992: 57) În cazul nostru, acestei afirmații i se poate da următoarea interpretare: Oricât de diferită ar fi lumea reală de cea a televiziunii, „impurificată" de obiceiuri şi idei contrare ideologiei micului ecran, prezența televizorului, a lumii acestuia în mijlocul comunității umane va face ca aceasta să fie încontinuu „purificată" de aceste idei, şi astfel „sacralizată" în sensul transformării ei după modelul mitic al micului ecran. Despre care este adevăratul sens al purificării şi sacralizării prin televizor, credem că nu mai este nevoie să insistăm.

2. Aşa cum televizorul sau lumea acestuia joacă foarte bine rolul unui templu, şi despre vizionarea TV se poate spune, fără a greşi, că se insinuează în existența omului modern ca un act ritual. Prin intermediul vizionării, prin procesele de proiecție, identificare şi empatie pe care aceasta le face posibile, telespectatorului i se dă şansa reactualizării mitului într-o modalitate care ar putea stârni invidia oricărui adept al unui cult idolatru. Astfel, telespectatorii sunt capabili să-şi aproprieze personajele micului ecran – eroii civilizatori – să-şi însuşească gesturile lor, să se identifice perfect cu ei cel puțin la nivel mental.

Un rol esențial pentru transformarea vizionării într-un act ritual, pentru instituirea lumii TV într-o realitate mitică, îl îndeplineşte caracterul cotidian al acestui obicei. Eliade constată, în cazul mitului, că „imitarea riscă să devină tot mai puțin coerentă; modelul riscă să fie denaturat sau chiar uitat" (*Eliade* 1992: 81). Pentru a preîntâmpina acest fenomen, se vădeşte necesară reactualizarea periodică a gesturilor divine, a sărbătorilor religioase, pentru „a-i învăța pe oameni sacralitatea modelelor" (*Eliade* 1992: 81 şi (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 174). Aşadar, mitul se poate impune cu putere în viața oamenilor, perceput ca

realitate sacră, atunci când el este reactualizat periodic în cadrul actului ritual, cât mai frecvent cu putinţă.

În situaţia televizorului, deşi vizionarea unui film, din multe puncte de vedere, se substituie foarte bine actului ritual, impunerea realităţii acestuia ca una de natură mitică nu ar avea atâta eficienţă, dacă nu ar fi reluată vizionarea de mai multe ori până la fixarea modelului. Acest lucru se realizează prin două modalităţi diferite:

a) Serialele TV, telenovelele, emisiunile săptămânale care sunt foarte apreciate şi iubite, care au un decor, o tematică sau nişte protagonişti stabili vor transmite şi vor fixa cu putere, în timp, în subconştientul telespectatorilor anumite modele mitice. Spre exemplu, există multe dovezi ale faptului că acţiunea şi personajele din unele telenovele sau seriale precum *Dallas* se înscriu ca nişte realităţi mitice în conştiinţa a milioane de telespectatori. *Dallas* devenise parte din viaţa telespectatorilor, astfel încât, după încetarea difuzării serialului, în cazul multora, s-a putut constata apariţia unei anxietăţi asemănătoare celei trăite de oameni la pierderea, la moartea cuiva drag. Precum s-a întâmplat şi în cazul serialului *M*A*S*H*, „familia ficţională devenise mai reală decât propria familie” (*Constantinescu* 2001: 132). Presiunile făcute la moartea lui J. R. i-au determinat pe producători ca, printr-un artificiu scenaristic, să-l readucă la viaţă în cadrul altui episod.

Toate acestea dovedesc că raportarea omului la realitatea ficţională a lumii TV se realizează pe aceleaşi căi şi prin aceleaşi mecanisme psihice, ca şi în cazul realităţii mitice. Serialele sau telenovelele de astăzi precum mitologiile de demult, prin vizionare, conferă telespectatorului sentimentul participării la existenţa plenară, profundă, participare care dă sens, însufleţeşte. Aşa cum omul religios se făcea părtaş la viaţa zeilor săi, prin actualizarea mitului, tot aşa şi telespectatorul prin vizionare se

împărtăşeşte din comuniunea cu „eroii civilizatori" – personajele admirate de pe micul ecran.

Orice serial trebuie să se termine până la urmă. Ce se va întâmpla, oare, când mitul nu mai este reactualizat? Se stinge amintirea şi eficienţa sa? Într-un fel, se poate spune că da. Mitul concret reprezentat de filmul respectiv se va estompa cu timpul în memoria telespectatorului. Aceasta nu înseamnă însă că mentalităţile şi comportamentele sădite şi modelate de acest mit vor dispărea, deoarece ele au ajuns deja, într-o anumită măsură, să facă parte din viaţa telespectatorului, să-i definească modul în care percepe realitatea. De altfel, nu are nici o importanţă faptul că serialul s-a sfârşit. Alt mit sau acelaşi, numai că interpretat de alte personaje, va anima în continuare fantezia telespectatorilor. Ajungem astfel la a doua modalitate prin care este favorizată mitologizarea mesajului TV.

b) Chiar şi un film obişnuit sau altă emisiune pot să se înscrie în conştiinţa telespectatorilor ca realitate mitică, deşi acestea nu sunt vizionate în mod repetat, pentru ca să se dovedească astfel, după cum spunea Eliade, „sacralitatea modelului". Fenomenul, în acest caz, se datorează faptului că aceeaşi tematică, structură de idei şi chiar tipologie a personajelor pot fi întâlnite în majoritatea filmelor. În fiecare film american sunt puse în scenă aceleaşi mituri. Miturile lumii TV sunt definite, după cum constată George Gerbner, „de trăsăturile regulate în ceea ce priveşte decorurile, rolurile, tipurile de relaţii şi de acţiuni prezentate cu o anumită frecvenţă. Prin intermediul acestor trăsături regulate mass-media, televiziunea, ajunge să creeze concepţia pe care membrii audienţei şi-o construiesc despre realitate generând un mediu cultural, o lume simbolică, iluzorie" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 174). Exact această lume simbolică, sesizată de Gerbner, constituie realitatea mitologică din care se împărtăşeşte publicul şi care cultivă, prin această experienţă rituală (viziona-

rea), „concepții comune şi stabile despre realitate" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 174).

Lipsit de religie sau de o profundă existență religioasă şi implicat în procesul vizionării TV, într-o modalitate ce vizează un act cu importante valențe religioase, televiziunea dă omului modern posibilitatea satisfacerii nevoii de absolut (doar temporar şi, de fapt, numai în mod iluzoriu) prin intermediul televizorului. Astfel, cu cât setea de religios va fi mai mare, cu atât mai mult, în chip inconştient, omul modern va căuta în lumea micului ecran „mai multe modele exemplare pentru comportamentul şi acțiunile sale" (*Eliade* 1992: 90). Arhetipul pe care el încearcă astfel să şi-l satisfacă, puternic înscris în ființa umană, este nevoia „de a-şi asuma o umanitate ce are un model transuman, transcendent" (*Eliade* 1992: 93). Aceasta deoarece omul religios, observă Eliade, „nu se recunoaşte ca om adevărat decât în măsura în care îi imită pe zei, pe eroii civilizatori (expresia setei sale de ființă şi ființare), (...) conformându-se învățăturii miturilor (deoarece gesturile zeilor sunt păstrate în mituri)" (*Eliade* 1992: 94).

„Funcția de bază a mitului, spune Eliade, este aceea de a fixa modelele exemplare ale tuturor riturilor şi ale tuturor activităților umane semnificative: alimentație, sexualitate, muncă, educație etc. Omul imită gesturile exemplare ale zeilor, fie că este vorba de o simplă funcție fiziologică, precum alimentația sau de o activitate socială, economică, culturală sau militară etc." (*Eliade* 1992: 91) Astfel poate fi explicată forța extraordinară pe care o manifestă televiziunea în înrâurirea întregii existențe a omului modern.

Vizionarea ca act ritual, ca mod de reactualizare a miturilor TV în viața telespectatorului este mijlocul prin care televizorul ca sanctuar al lumii moderne reuşeşte „purificarea" lumii reale de tot ceea ce este contrar ideologiei pe care o reprezintă, în esență cea nihilistă. Prin vizionarea TV, lumea reală este permanent

atrasă către modelul ei mitic, societatea suferind astfel un proces de conversie, de transformare continuă după chipul şi asemănarea lumii TV. Este greu de găsit un domeniu al vieții sociale, culturale, politice sau economice care să nu fie atins de bagheta magică a acestei pseudorealități. Puțin probabil este să găsim un obicei la modă care să nu-şi afle corespondentul pe micul ecran sau să găsim o mentalitate, din cele care animă existența omului contemporan, care să nu fi fost modelată prin intermediul miturilor TV.

Mitul modului de viață modern sau modelarea mitologică a consumatorului ideal

– Mitul îmbuibării şi al fast-food-ului.
– Modelarea mitologică a unui comportament sexual libertin, a unei relații de dragoste redusă la actul erotic.
– Rolul miturilor în alegerea şi migrarea profesiunilor în societatea contemporană.

În alimentație, cultivat publicitar, predomină miturile îmbuibării şi al fast-food-ului. Oricum, gătitul sau masa tradițională în familie sunt comportamente aproape excluse din panoplia miturilor TV.

Miturile legate de sexualitate sunt foarte bine reprezentate în lumea TV, iar în centrul acestora cel mai frecvent se află trupul sau plăcerea erotică. Femeia mitologizată pe micul ecran este, prin excelență, tânăra care dispune de un trup, un machiaj sau o vestimentație puternic sexualizate, care ştie ce vrea în viață; o femeie autonomă a cărei căsnicie (eventual, naşterea de copii) este pusă sub semnul întrebării ca piedică în realizarea unor obiective mai „înalte" – păstrarea unui trup senzual, a unei deschideri pentru piața erosului, precum şi posibilitatea de a face carieră. Este mitul femeii sexy care, ca şi bărbatul, urmăreşte sau

este urmărită pe tot parcursul poveştii de dragoste (ecranizate) de fantasma plăcerii sau a actului sexual.

Bărbatul modelat mitologic pe micul ecran este fie un luptător ca Rambo, numai muşchi şi eficacitate, fie un poliţist plin de şarm, oricum un personaj cu o profesiune liberală care are succes la femei, ştie să se impună, iar lumea (acţiunea filmului) gravitează în jurul lui; un tip, în general, plin de el chiar dacă disimulează artistic acest lucru, care are totdeauna soluţii la toate şi supravieţuieşte la oricare încercare, ca un adevărat personaj mitologic.

Miturile pe care le interpretează bărbatul şi femeia pe micul ecran sunt în mod predominant centrate pe imaginea cuplului sexual, a ideii de concubinaj, care rezistă atâta timp cât angrenajul de interese sau cel erotic funcţionează perfect, cât dă randamentul aşteptat. Când nu mai merge, acest mit invită la căutarea eficienţei – eros sau distracţie – în altă parte.

În privinţa profesiunilor, trebuie să observăm că meseriile tradiţionale sunt aproape excluse din lumea mitologică a micului ecran. În schimb, profesiunile sau activităţile liberale – poliţist, avocat, ziarist, om de afaceri sau infractor – sunt suprareprezentate. Astfel, oamenii cu meserii obişnuite – ca agricultorii sau muncitorii – sunt dezavantajaţi. Aceasta explică migrarea indivizilor, în societatea modernă, către profesiunile liberale şi dispariţia cultului muncii simple, dar bine făcute, a meşteşugurilor şi a ţăranilor. Aceşti oameni sunt excluşi nu atât prin automatizarea industriei şi mecanizarea agriculturii, cât mai mult prin eliminarea lor de pe scena mitologicului. Un ţăran sau un muncitor pe micul ecran este un nimeni. Ne întrebăm, oare cine doreşte să-şi asume un astfel de rol, sau cine, obligat să practice o asemenea meserie, nu se va simţi frustrat sau nedreptăţit de societate?

Înainte de a trece mai departe, trebuie remarcat faptul că într-o societate creştină nu era nevoie să fie modelate mitologic

toate profesiunile pentru ca acestea să poată fi practicate trăind sentimentul împlinirii şi într-un plan religios. Aceasta deoarece creştinul se împlineşte prin cultivarea legăturii cu Hristos prin urmarea faptelor credinței şi ale dragostei, şi nu prin urmarea unui model mitologic. Orice meserie este binecuvântată atâta timp cât nu este potrivnică unei vieți creştine. Necesitatea modelelor mitologice, cărora omul modern ajunge prizonier, prin intermediul vizionării TV, apare în religiile păgâne, idolatre. În cazul acestora, pierzându-se posibilitatea unei transformări ontologice, omului nu-i mai rămâne decât să-şi imagineze nişte mituri, un dumnezeu care să-i confirme comportamentul, să-l încredințeze că prin acesta el participă, prin imitare, la modelul divin şi astfel se înveşniceşte sau se mântuieşte.

Mitul american, mitul occidentului sau pământul făgăduinței

Fabrica de vise de la Hollywood, în ultimele decenii, a pus în circulație mondială unul dintre cele mai importante mituri din cele care animă viața omului în societatea modernă – mitul lumii noi, mitul american sau o nouă interpretare a mitului pământului făgăduinței[68].

America a câştigat Războiul Rece învingând Uniunea Sovietică sau Europa de Est nu atât prin puterea armată, pe tărâmul economic, sau politic, cât pe cel simbolic al imaginarului colectiv şi individual, al mitologicului. Mitul american, al Occidentului

---

68 Ca nostalgie a paradisului pierdut, mitul pământului făgăduinței apare în majoritatea religiilor lumii, mărturisindu-se prin aceasta originea comună a omului sau veridicitatea referatului biblic privind descinderea întregii umanități din Adam şi Eva. Pe baza acestei căutări sau aşteptări a omului, reactualizate în conştiința popoarelor creştine, prin promisiunea unui pământ nou şi a unui cer nou pe care o face Evanghelia, după cucerirea Americii, odată cu colonizarea acesteia, s-a impus tot mai mult în occident mitul lumii noi, mitul american – un nou pământ al făgăduinței.

sau mitul modului de viață modern – locul şi modul în care oamenii dobândesc fericirea mult visată – a ieşit biruitor în mentalitatea oamenilor unde a pătruns televiziunea sau filmul american. Visul american sau visul capitalist a cucerit imaginarul celor mai mulți dintre oamenii lumii, care astfel au ajuns să-şi dorească din tot sufletul, să se împărtăşească din modul de viață al omului occidental sau american. Mulți şi-au părăsit casele, familia, locurile natale sau neamul pentru a urma acest vis, a se împlini „religios" trăind în centrul lumii – America sau lumea occidentală în genere. Alții au început să se lupte pentru a transforma lumea în care trăiesc sau propria viață după modelul mitologic impus de Hollywood – fabrica de vise a lumii moderne.

Mitul bunăstării şi al abundenței, mitul distracției şi al consumului, mitul unei lumi a tuturor drepturilor şi libertăților sunt mituri configurate în acest laborator al spiritului – televiziunea – şi puse în circulație prin intermediul acesteia pe toată întinderea planetei. Prin aceste mituri, arhitecții conştiinței umane, cei care, la drept vorbind, se află deasupra „eroilor civilizatori" ai micului ecran, mențin omenirea în tensiunea unui exhatologic trăit acum şi aici, prin distracție şi consum.

Despre un posibil monopol al televiziunii pe piața miturilor şi fantasmelor omului modern

În urmă cu câteva secole, în zorii aşa-zisei ere a ştiințelor exacte (a pozitivismului), iluminiştii, darwiniştii şi mai târziu marxiştii luau în râs religia, considerând-o anacronică, expresie a unui comportament primitiv al omului involuat, al celui care, neputându-şi explica fenomenele naturale, şi-a imaginat un dumnezeu, o ființă atotputernică aptă să dea seama de toate cele create. Atât de mare era convingerea şi entuziasmul acestor pro-

motori ai ateismului, încât deja anunțau, propovăduiau sfârşitul lumii religioase. „Odată cu moartea ultimului om religios, susțineau «iluminații» din clasa celor amintiți anterior, se va intra în noua eră, cea a raționalismului. Noua lume se va edifica în jurul generațiilor educate în spiritul ştiințific, care vor disprețui şi lepăda religia".

Lucrurile nu au evoluat însă în direcția preconizată. Deşi propaganda ateistă a luptat cu înverşunare împotriva credinței şi a creştinismului în special, nu numai că religia nu a dispărut, dar s-a putut constata că foarte mulți oameni de ştiință, chiar de la vârful piramidei – fizicieni, matematicieni, chimişti etc. – au început să îmbrățişeze o religie sau alta. Chiar dacă cei mai mulți dintre ei nu primiseră anterior o educație religioasă, aceşti savanți, mulți având deja o consacrare internațională, şi-au îndreptat paşii către domeniul religios, unii părăsind chiar câmpul activității ştiințifice. Explicația acestui fapt o găsim în concluziile cercetărilor prilejuite de dezvoltarea istoriei şi fenomenologiei religiilor.

Există, se pare, nişte daturi ontologice, structuri fundamentale ale minții şi sufletului uman, este în firea omului ceva care-i creează o nevoie ontologică de a crede, de a se raporta religios la o realitate care transcende lumea, cotidianul sau profanul. Omul nu poate trăi fără Dumnezeu, nu pentru că nu-şi poate explica altfel fenomenele naturii, ci pentru că în adâncul sufletului său nu poate accepta, înțelege lumea şi existența, fără un reper, un centru, fără confirmarea şi călăuzirea lumii de dincolo[69]. Aceste daturi ontologice sau matrice arhetipale care-l fac pe om să caute comuniunea cu Dumnezeu pot fi văzute ca nişte vase ale sufle-

---

69 Unii arată că această tensiune religioasă care animă omul în istorie nu este altceva decât nostalgia paradisului pierdut, a grădinii raiului în care proto-părinții oamenilor Adam şi Eva se aflau înainte de cădere, a fericirii de a trăi în casa lui Dumnezeu. Biserica vorbeşte de o chemare tainică a lui Dumnezeu, care se rosteşte în inima omului de la naşterea sa şi până la moarte, chemare care se află înscrisă în însuşi chipul lui Dumnezeu pe care omul îl poartă de la crearea sa şi care tinde ființial către Părintele său, către asemănarea cu El.

tului uman care aşteaptă să fie umplute cu un conţinut de adevărată viaţă religioasă.

Istoria religiilor dovedeşte că orice ar face omul în lume, dacă nu se îngrijeşte de umplerea acestor vase, se va simţi golit şi neîmplinit, iar viaţa pe care o duce, în final, îl va lăsa cu un gust amar. Orice ar face, această tensiune sufletească trebuie să fie rezolvată cumva, trebuie să fie hrănită nevoia de Dumnezeu, secular spus, de sacru. Acest lucru l-a determinat pe om, de-a lungul întregii istorii, să caute să se integreze unei credinţe, să se închine unui zeu. Atunci când se refuza ascultarea Dumnezeului Celui Adevărat, când era uitat sau necunoscut, omul îşi fabrica singur un dumnezeu, modelându-i chipul într-o piatră, într-un lemn sau închipuindu-şi-l în persoana altui semen al său.

Păstrând unele reminiscenţe din revelaţia primordială, conservând unele acte fundamentale, precum sunt închinarea, ascultarea, jertfa, ritualul, acte care, de altfel, îşi găseau ecoul în structurile religioase ale sufletului, oamenii şi-au plăsmuit după gândurile şi slăbiciunile lor tot felul de dumnezei, eroi şi credinţe, proces în care fantezia sau înşelarea maleficului jucau adesea un rol esenţial. În acest context, mitologizarea, ca produs al unui proces prin excelenţă fantastic, pe de o parte, dovedeşte neputinţa omului de a trăi fără comunicarea cu transcendentul şi, pe de altă parte, arată că această tensiune religioasă poate fi satisfăcută în chip fals, printr-o amăgire, chiar dacă numai în mod temporar, prin instituirea fantastică a unui fals dumnezeu, a unei ritualizări sau religii doar formale, în spatele căreia, de cele mai multe ori, se află inspiraţia spiritelor malefice.

Spunem spirite malefice, deoarece în multe culte chiar zeii erau aceia care porunceau prostituţia ca act ritual sau care modelau mitic un comportament desfrânat (cultul Astartei), care cereau jertfe umane în special copii mici, care îndemnau la canibalism sau care, precum în unele ramuri ale hinduismului, obligau arderea pe rug a soţiei după moartea bărbatului său. Deşi aceste

grozăvii sau altele asemenea erau impuse în diferite religii, oamenii le ascultau adesea cu solicitudine şi urmau aceste prescripţii ucigaşe sau desfrânate.

Ne putem pune întrebarea: Cum avea putere o piatră, un copac, un desen pe o stâncă sau un mit, cum putea un idol făcut de mâini omeneşti să poruncească astfel de comportamente, iar oamenii să le dea ascultare? Răspunsul îl primim atât în scrierile Bisericii creştine cât şi în cele ale magicienilor. Se pare că relaţia de idolatrie care se manifestă în oricare cult păgân nu se rezumă doar la împlinirea formală a unor prescripţii, ci presupune impropriereaa chipului idolului, a realităţii fantastice a acestuia. Fantasma idolului, miturile impuse de cultul respectiv devin o realitate de conştiinţă, hrănită imaginativ şi afectiv atât comunitar, prin săvârşirea actului ritual, cât şi de fiecare individ în parte.

În oricare cult idolatru, omul nu se închină pietrei sau lemnului, cât idolului din minte, fantasmei, o prezenţă „vie" cu o anumită autonomie faţă de minte, dar şi hrănită din energiile acesteia. Într-un fel, se poate spune că piaţa liberă a cultelor idolatre a miturilor fondatoare de religii este aceeaşi cu cea a fantasmelor plăsmuite şi puse în circulaţie la un moment dat în istorie. Apelând la serviciile imaginaţiei, omul găseşte o metodă facilă de a-şi soluţiona tensiunea religioasă sau nevoia de absolut. Desigur că de la plăsmuirea unei fantasme, a unui mit în mintea unui „inspirat" şi până la consacrarea socială a acestuia, configurarea pe baza lui a unui cult, trebuie parcurs un anumit drum. Acest lucru nu este însă problematic deoarece structurile generale ale actului religios sunt cumva moştenite de la cei de demult sau sunt, să spunem, arhetipale având nevoie doar de un conţinut pe care îl oferă, de fapt, plăsmuirea mitică.

Din acest fenomen derivă posibilitatea omului de a-şi fabrica nu numai o religie, ci să găsească şi o altă sumedenie de modalităţi – acte, convingeri, obiceiuri – care să-i permită să facă orice, să nege chiar existenţa lui Dumnezeu şi realitatea religioasă, păs-

trând însă, în același timp, dimensiunea „religioasă" a existenței (de care oricum nu se poate dispensa), care de altfel se reduce la una magică.

Teatrul antic este o astfel de punte ce face trecerea între un act mitic, ritual și, să-i spunem, un act profan. Primele piese de teatru nu sunt altceva decât punerea în scenă a unor mituri. În tot teatrul antic zeii sunt o prezență nelipsită din viața personajelor. Teatrul devenea astfel o modalitate de a se experimenta fiorul misterului, de a se hrăni nevoia de ritual, de model mitic consacrat comunitar.

De asemenea olimpiada, în Antichitate, constituia un act cultic. Până astăzi în Olimpia (locul desfășurării olimpiadei), printre terenurile de alergat și arene, se află templul Herei și al altor zei, de unde se aprindea ritual flacăra olimpică. Câștigătorii olimpiadei deveneau eroi, iar pe perioada desfășurării întrecerilor se oprea orice război, în cinstirea ritualică a evenimentului.

Circul roman unde se sacrificau prizonieri de război sau creștini, unde erau dați să fie mâncați de lei sau erau uciși cu sabia, presupunea, de asemenea, un act ritual cu un important potențial magic. El era prezidat de însuși împăratul care, în multe din cazuri, se autoproclama dumnezeu și căruia supușii trebuiau să-i aducă libațiuni – tămâie sau alte jertfe. La curțile împărătești, aproape totul se desfășura după un anumit ritual.

Însăși viața la curte era un mit sau o sursă de inspirație pentru scriitorii vremii, care o mitologizau în creațiile lor literare. Fidelitatea, sentimentul de admirație sau de spaimă pe care-l trezea prezența împăratului pot fi recunoscute în cele mai multe dintre cultele idolatre în experimentarea misterului. Curtea regală sau oamenii acesteia constituiau pentru poporul de rând un model mitic.

După câteva mii de ani, în care omul s-a exersat în fabricarea unor religii, a unor compuși fantastici care să-i satisfacă (practic, în mod iluzoriu) nevoia de transcendent, odată cu Renașterea se

încearcă tot mai insistent renunțarea completă la Dumnezeu, chiar şi la ideea de Dumnezeu, convertind întreaga trăire religioasă în act cultural. Odată cu modernitatea, cu secularizarea culturii occidentale, fapt debutat în mod mascat în Renaştere şi în mod evident în Iluminism, actul religios a început, într-o măsură tot mai mare, să fie asumat ca act cultural. Atât literatura, cât şi teatrul deveneau pentru ateii Iluminismului posibilități ale satisfacerii nevoii de ritual, de trăire mitică, reflex al celei religioase. Nu numai literatura şi teatrul sunt însă urmaşele unor acte rituale, ci şi ştiința Renaşterii sau a Iluminismului moştenesc caracterul magic al ştiințelor Antichității. Astrologia, numerologia şi alchimia Renaşterii sunt, după unii cercetători ai fenomenului religios (*Culianu* 1999: 146-148), părinții astronomiei, ai algebrei, ai fizicii şi ai chimiei de astăzi.

Un lucru evident pentru istoricii religiilor (*Eliade* 1992: 187-198), pe care am dorit să-l subliniem anterior, este acela că, deşi omul contemporan a ajuns aproape ateu privind modul de viață sau credința, el nu a încetat niciodată să-şi manifeste sau să-şi satisfacă într-un fel anume setea de religios. El nu a făcut decât să înlocuiască miturile mai vechi cu altele mai noi, fantasmele Antichității cu cele ale modernității, care, de altfel, au aceeaşi structură.

Pe acest fundal, îşi face apariția pe scena lumii televiziunea. Fabrică de iluzii, maşina visării colective, realitate virtuală sau hiperrealitate, televiziunea se vădeşte a fi un mijloc extrem de eficace pentru satisfacerea nevoii de religios a omului modern. Prin ea, toate mitologiile mai vechi sau mai noi ale omenirii pot fi repuse în circulație, reactualizate. Lumea micului ecran devine tot mai mult un uriaş circ planetar (emisiunea Big Brother ilustrează cel mai bine această idee), scena pe care sunt reprezentate miturile lumii contemporane. Olimpiadele, campionatele mondiale – solemnitatea rituală a spectacolelor de deschidere şi închidere, mitologizarea sportivilor, consacrarea ceremonială a

campionilor etc. – îşi revendică modelul în olimpiadele antice. Viața celebrităților – VIP-urile zilei sau viața mondenă surprinsă în filme sau emisiuni de divertisment – poate fi uşor identificată cu viața de la curțile împărăteşti, prin aura mitică cu care le îmbracă apariția pe micul ecran. „Religii" atee precum darwinismul – credința în atotputernicia omului (antropocentrismul) – marxismul, scientismul sau alte credințe secularizate în convingeri sau idoli ai omului modern pot fi regăsite, de asemenea, în lumea micului ecran.

Există un paradox care explică penetrabilitatea şi eficacitatea televiziunii în influențarea sub raport religios a telespectatorilor. Televiziunea reuşeşte mai bine decât oricare alt mijloc profan să astâmpere setea de religios, să satisfacă nevoia de centru, de reper absolut, cu toate că în discursul care o defineşte Îl exclude cu totul pe Dumnezeu sau ideea de Dumnezeu. Ea se afirmă sau este percepută ca un obicei cultural, mijloc de informare sau o cucerire a gândirii ştiințifice. Totodată, această cucerire a ştiinței, deşi se insinuează în conştiința mulțimii ca mijloc profan de educație culturală şi divertisment, îl inițiază pe om, îl angajează într-o experiență cu largi valențe religioase, într-o experiență magică în care lumea fantastică ce cucereşte mintea publicului este mult mai „vie" şi mai coerentă decât miturile religiilor idolatre, o prezență mai puternică şi mai eficace. Televiziunea nu consacră şi nu instalează în mintea telespectatorilor doar un idol, ci un întreg panteon.

Consecințele acestui paradox sunt următoarele:

1. Televiziunea este căutată atât de atei cât şi de oamenii religioşi. Nici unii, nici alții nu se tem că aceasta le-ar putea afecta credința, deoarece televiziunea este percepută ca un mijloc ştiințific, obiectiv, profan şi neutru din punct de vedere religios. Reținerea şi critica, exprimate uneori de public, au în vedere numai prozelitismul care ar putea fi făcut prin televiziune (ca mijloc de comunicare) în sprijinul unui cult sau a altuia. Nu se

pune problema însă că însăşi televiziunea poate deveni periculoasă din punct de vedere religios, pentru că îşi face sieşi prozeliți, adică pentru că se promovează pe sine însăşi şi cultura care o defineşte, ca mijoc de satisfacere a nevoii de ritual şi de religios.

2. Telespectatorii, în condițiile în care se deschid şi se încredințează mesajelor televiziunii sau obiceiului vizionării ca unei realități inofensive în ceea ce priveşte prozelitismul, ajung să-şi schimbe treptat modul de viață şi de gândire, să se lege tot mai mult de televiziune ca de o realitate religioasă şi, astfel, să-şi slăbească legătura cu religia de apartenență. Experiența religioasă va fi transferată tot mai mult în sfera actului vizionării, prin care vor fi satisfăcute atât nevoia de ritual, cât şi cea de absolut. Relația tainică de comuniune cu Dumnezeu va fi subminată, substituită fiind de relația cu lumea TV, o relație aproape filială, cultivată două-trei ore zilnic din primii ani de viață, o legătură aproape simbiotică în care mintea omului se altoieşte pe trunchiul lumii TV sau unde această realitate a devenit parte din ființa spirituală a indivizilor. Dorința de a depăşi profanul, nevoia unei experiențe duhovniceşti sunt transferate prin vizionare în planul sentimentalului, trăirii unor stări alterate de conştiință, a participării proiective şi empatice la realitatea micului ecran.

Astfel, oamenii, fără să-şi dea seama, deşi mai afirmă încă apartenența la o religie anume, angajamentul lor religios, ca mod de viață sau experiență mentală şi sufletească, este transferat în mare măsură în sfera vizionării TV şi a culturii pe care aceasta o reprezintă. Relația cu religia de apartenență va fi din ce în ce mai slabă, mai superficială, atâta timp cât învățătura sa nu mai corespunde orizontului de aşteptare a individului – format în fața televizorului –, iar viața duhovnicească, pe care o propune religia, nu mai spune prea mult sufletului unor oameni care s-au obişnuit cu trăirile intense, cu neobişnuitul, insolitul senzațiilor experimentate în fața televizorului, cărora le-a fost redusă percepția spirituală la una de natură emoțională, sentimentală

sau senzorială. Desigur, aceste afirmații sunt valabile mai cu seamă referitor la creştinism, deoarece această credință este complet contrară comandamentelor „religioase” ale lumii TV. În schimb, televiziunea poate cultiva o anumită sensibilitate pentru experiența magicului sau, după cum se va putea constata în alt capitol, pentru cea a maleficului. Ea poate deveni, chiar, o trambulină către o practică orientală sau către o idolatrie oarecare. De fapt, aici este zona în care televiziunea îşi manifestă cel mai evident nebănuitul său potențial vătămător.

Televiziunea, după cum se pare, lucrează pe tărâmul fanteziei, acționând, ca şi în cultele idolatre, asupra acelor mecanisme ce fac posibilă substituirea actului religios cu unul, în esență, magic sau închinarea la Dumnezeu cu idolatrizarea unei fantasme. În acel vas al sufletului, despre care vorbeam anterior, care aşteaptă să fie umplut cu un conținut de viață duhovnicească, dobândit prin experiența vie a relației cu Dumnezeu, televiziunea îşi sădeşte sau instalează miturile, idolii săi, umplându-l cu un conținut fantastic hrănit din experiența relației cu această lume a fantasmelor.

Idolii sunt, în ultimă instanță, cei care iau locul lui Dumnezeu în mintea şi în sufletul oamenilor, sunt cei care atrag afecțiunea acestora, cei în care oamenii se încred şi cărora le închină o mare parte a vieții. Dintr-un întreg panteon sădit în mintea oamenilor de televiziune – o veritabilă maşină de implantat idoli – cei mai puternici zei sunt cei ai consumului, ai desfrânării şi ai violenței.

Diferența dintre idolii omului modern şi cei de demult nu este decât una de titulatură sau de interpretare a conotației actului idolatru. Când păgânii se îmbătau sau se desfrânau în cadrul cultului, ziceau că astfel îndeplinesc voia lui Dionysos sau a unui alt idol din cei care impuneau oamenilor astfel de comportamente. Astăzi desfrânarea este practicată şi, să spunem, simbolic, închinată miturilor sau idolilor ei – mitologii ale

desfrâului la modă, puse în circulație de televiziune – fără ca omul modern să conştientizeze că, de fapt, prin aceste comportamente dictate de fantasmele care îi stăpânesc mintea, nu face decât să se închine acestor realități fantasmatice. Televiziunea suplineşte astfel oficiul sau serviciile religioase al unui „cult" în care zeii, ce sunt „închinați", sunt miturile sau idolii panteonului lumii TV, o experiență politeistă şi idolatră.

Experiența religioasă a omului modern este, astfel, redusă prin televizionare la un act, prin excelență, magic, iar televiziunea se dovedeşte poate cel mai eficace mijloc cunoscut în istorie pentru desacralizarea omului religios şi revrăjirea acestuia pe alte coordonate ale religiosului. Practic, avem de-a face cu substituirea oricărei religii cu modul de viață, cu orizontul de valori şi „credință" al lumii TV. Televiziunea este, aşadar, piața liberă a religiilor omului modern, în fapt, a mitologiilor şi a fantasmelor ca surogate de trăire religioasă. Fiecare telespectator îşi poate găsi pe micul ecran religia preferată şi, când se satură de ea, o poate schimba cu alta. În concluzie, televiziunea, prin forța pe care o dovedeşte în introducerea telespectatorului pe un traiect imaginar, reuşeşte mai bine ca oricare altă creație a omului să satisfacă în mod artificial setea de religios, să substituie adevărata religie umplând vasul sufletului uman cu un conținut de viață fantastică.

Caracterul sacrificial al vizionării TV

În orice religie, autoritatea divinității, supunerea (filială, în creştinism) sau recunoştința omului se exprimă, se mărturiseşte prin aducerea în mod regulat a unor jertfe, prin sacrificiile pe care omul le face pentru Dumnezeu (în păgânism, zeilor). Jertfa îl leagă pe om de dumnezeul căruia i se închină, deoarece în ea

însăşi este mărturisit şi demonstrat faptul că o parte din bunurile şi viaţa omului este închinată divinităţii.

Există, oare, şi în cazul vizionării TV un comportament care să ne trimită cu gândul la actul sacrificial? Pentru a putea analiza acest fapt, trebuie să ştim mai întâi cum se manifestă sau cum este structurat actul jertfei în alte religii.

În creştinism, spre exemplu, în afara jertfei nesângeroase[70], care se săvârşeşte pe altarul bisericii, mai există o mulţime de alte ofrande ce mărturisesc relaţia filială care-l leagă pe om de Dumnezeu. În Psalmul 50, se spune că „jertfa lui Dumnezeu, duhul umilit, inima înfrântă şi smerită Dumnezeu nu o va urgisi". Prin urmare, a se smeri omul, a se micşora pe sine, lepădându-se de mândrie, slavă deşartă şi egoism, a-L pune întotdeauna înainte pe Dumnezeu şi pe aproapele, mărturisind că toate prin Acesta le-a dobândit, este cea mai importantă şi mai plăcută jertfă adusă Domnului. Legate de smerenie, sunt văzute ca jertfe şi postul, înfrânarea, răbdarea necazurilor, asceza, în general, toate acelea prin care omul se luptă cu sinele egoist, pentru Dumnezeu, pentru a primi harul Său. De asemenea, timpul dedicat rugăciunii, comuniunii cu Dumnezeu, cu sfinţii sau cu puterile de sus – timpul cererilor, laudei şi mulţumirii – este considerat un timp închinat lui Dumnezeu.

O altă jertfă, despre care Însuşi Iisus Hristos mărturiseşte că-I este adusă, este ajutorarea celor în nevoinţă, în boli şi necazuri, a celor osteniţi şi a celor aflaţi în închisoare. „Milă voiesc, iar nu jertfă" (Matei 9,13), spune Mântuitorul, învăţându-ne că jertfa pe care o vrea de la oameni este mila sau milostenia.

Aşadar, asemănarea cu Hristos, urmarea Lui în faptele Sale, în smerenie, în milostenie şi dragoste altruistă, în ajutorarea bolnavilor şi a celor necăjiţi, este, în creştinism, jertfa plăcută şi

---

70 Este vorba despre transformarea pâinii şi a vinului în trupul şi sângele Mântuitorului, despre frângerea trupului şi curgerea sângelui pentru iertarea păcatelor.

lucrătoare în sensul curățirii, luminării şi mântuirii omului. Care este rodul acestor jertfe? Dobândirea asemănării cu Hristos, prin împărtăşirea cu Duhul Sfânt şi pregustarea Împărăției Cerurilor încă de aici de pe pământ, căci prin fiecare faptă creştină, omul se împărtăşeşte într-o anumită măsură de harul dumnezeiesc.

Având în vedere toate acestea, este limpede că lipsa jertfelor declarate din ritualul vizionării TV nu exclude posibilitatea determinării în cazul acestui obicei a unor acte cu caracter sacrificial. Atâta timp cât telespectatorul renunță la valorile, la obiceiurile personale sau câtă vreme imită, adoptă comportamentul celor de pe micul ecran făcând efortul de a se integra mentalității nihiliste a acestei lumi, se poate afirma că, fără să ştie, omul modern se comportă ca şi cum şi-ar închina viața şi faptele acestei lumi care, prin persuasiunea ideologică sau prin retorica publicitară, chiar aceasta şi cere. Ca şi în cazul creştinismului, acest act sacrificial se poate realiza numai prin intrarea telespectatorului într-o comuniune de spirit cu cei de pe micul ecran şi îşi va găsi răsplata în transformarea omului după chipul eroilor lumii TV sau în dobândirea recunoaşterii ori a integrării în duhul lumii moderne. „Comuniunea" cu lumea de la televizor, prilejuită de vizionare prin procesele de proiecție, identificare şi empatie, ce face ca telespectatorii să se împărtăşească din stările de spirit ale personajelor ficționale sau reale ale micului ecran, joacă rolul cel mai important în creşterea asemănării telespectatorilor cu personajele acestei lumi. E vorba deci de o altoire a comportamentelor acestora pe trunchiul „realității" TV.

Este semnificativ de observat faptul că asemănarea cu lumea ecranului, sacrificarea omului „vechi" pentru a dobândi o nouă identitate conduce la nişte comportamente sau la nişte atitudini complet contrare celor care, în creştinism, ar constitui jertfele plăcute lui Hristos.

Cercetătorii constată că, prin vizionare, oamenii devin mai egoişti şi mai orgolioşi, mai plini de sine şi mai agresivi, mai

puțin deschiși spre ajutorarea celorlalți atât prin egoismul patologic (*Larch* 1979) pe care vizionarea îl cultivă în timp, cât și pentru frica pe care-o resimt față de ceilalți oameni care prin prisma violenței de pe micul ecran sunt văzuți ca niște potențiali dușmani. În același timp, se poate constata la telespectatori o intensificare a dragostei de sine, o milostivire tot mai accentuată față de ei înșuși, neputându-și refuza nici o plăcere, nici o distracție, nici un confort din cele pe care și le pot permite, comportament reclamat de modelul celor de pe micul ecran. Îmbuibarea și toate celelalte neînfrânări sau desfrânări reclamate și promovate de televiziune și însușite de oameni sunt jertfe dintre cele mai plăcute arhitecților lumii TV, comandamentelor consumiste ale acestei „realități".

Chiar și atunci când cineva învață de la televizor să fie milostiv cu alții, o va face tot în spiritul celor de pe micul ecran. Adică o va face demonstrativ, pentru a-și arăta lui însuși sau altora că este bun, sau, eventual, dacă este o persoană publică, va imortaliza pe banda video actul „milosteniei" sau recunoștința celor miluiți pentru a le mediatiza într-un fel sau altul[71]. Ascultarea față de lumea TV merge și mai departe. Milostenia față de sine însuși solicitată de televizor ca jertfă bine primită are ocazia să se manifeste prin urmarea comandamentelor publicitare, prin cumpărare și consum. Fiecare gest consumatorist determinat de legătura fantastică născută între om și lumea TV, poate fi privit ca mărturie a ascultării, a obedienței față de această lume, o adevărată ofrandă adusă fantasmelor publicitare sau nihilismului ce se manifestă prin televizor.

---

71 Desigur, nu toți telespectatorii vor adopta aceste comportamente, mulți dintre ei fiind formați deja în spiritul învățăturii creștine. Observațiile au în vedere comportamentul pe care-l cultivă televiziunea și care devine tot mai accentuat proporțional cu numărul orelor alocate vizionării, putând să ajungă la un moment dat o atitudine dominantă indiferent de educația avută de individ. Fenomenul este puternic evidențiat la generațiile tinere sau mai cu seamă în Occident, unde s-au maturizat deja câteva generații, hrănindu-se prioritar din izvoarele culturii nihiliste ale televiziunii.

Toate aceste fapte sau comportamente ce derivă din actul vizionării pot fi privite, având în vedere modelul creştinismului, ca acte de jertfă, de mărturisire a filiației, a ascultării şi supunerii, a comuniunii de spirit cu lumea de dincolo de ecran. Prin ele omul este primit, se inserează potențial şi actual în împărăția acestei lumi a televizorului, a televizualului tot aşa cum creştinului, prin faptele credinței, i se deschid porțile împărăției cerului, într-o pregustare a acesteia în Duhul Sfânt încă de aici, de pe pământ.

Timpul petrecut în fața televizoarelor, câteva ceasuri zilnic, este poate cea mai evidentă jertfă pe care omul contemporan o aduce seducătoarei lumi a micului ecran. Este vorba despre sacrificarea comuniunii cu cei dragi, a celor care au nevoie să le dedicăm acest timp – copiii, părinții, bunicii sau prietenii – sacrificarea timpului de odihnă sau a bucuriei de a te afla în mijlocul naturii, practic, jertfirea unei părți din viață care astfel este închinată televizorului. Cele două, trei sau chiar patru ore dedicate zilnic vizionării TV dovedesc o râvnă deosebită care ar putea fi invidiată de adepții oricărei religii şi care lasă foarte puțin timp practicării unei alte credințe.

O anumită relevanță pentru analiza de față o are aducerea în discuție a cultelor păgâne, idolatre. De pildă, în cultul lui Dionysos sau al Astartei, neînfrânarea sau desfrânarea erau văzute ca acte de slujire sau jertfe cu „bună mireasmă" aduse zeului respectiv. La templul Astartei, fecioarele erau aduse spre dezvirginare, iar desfrânarea sau adulterul erau socotite acte de cult. Dionysos este cunoscut ca patron al neînfrânării pântecelui, al băuturii sau, în general, al tuturor comportamentelor desfrânate, chiar al perversiunilor. Prin aceste acte, care în fond răspundeau înclinării omului către desfrânare, care excitau afectele sau răscoleau patimile, era câştigată, chipurile, protecția şi bunăvoința idolului respectiv. În contextul societății timpului, unde această idolatrie era religie oficială, numai adoptând com-

portamentele amintite anterior indivizii erau asimilați comunității, își îndeplineau îndatoririle față de aceasta.

Dacă luăm în considerare faptul că aceste culte nu erau decât produsul unei imaginații malefice, a dorinței oamenilor de a-şi fabrica nişte dumnezei care să le satisfacă patimile, o religie care cerea omului ca jertfă exact ceea ce plăcea mai mult firii sale căzute, putem găsi o asemănare foarte mare între aceasta şi cultul pe care, să spunem, îl instaurează televiziunea.

Televiziunea ca simbol al templului, spațiu care se insinuează şi se instituie în conştiința oamenilor, ca loc al mitificării, al consacrării sacralizante, este perimetrul în care se pot întâlni toate comportamentele desfrânate – prostituția, adulterul, perversiunile şi violența – care se manifestau în templele unor idoli păgâni ca Baal, Dionysos şi cel al Astartei. Însuşirea acestor comportamente de către public – fapt incontestabil din punct de vedere statistic – poate fi lecturată ca un act cultic de aderare sau adorație, mărturisirea dorinței de integrare şi asimilare în ordinea proclamată de lumea TV. Televiziunea ca şi cultele idolatre, fiind o creație umană, şi în nici un caz o revelație dumnezeiască, răspunde, de fapt, dorinței omului căzut de a-şi transforma patimile individuale în acte consacrate comunitar. Prin ea oamenii dobândesc confirmarea sau protecția lumii TV în fața propriei conştiințe, a cuvântului lui Hristos exprimat în etica şi în învățătura creştină, şi în fața semenilor.

Având în vedere toate acestea, se poate concluziona că doar în mod formal actul sacrificial lipseşte din cultul vizionării TV, căci, în realitate, întregul mod de viață al telespectatorului fidel mărturiseşte ascultarea de autoritatea lumii TV. Omul modern dedică acestei pseudorealități nu numai o parte semnificativă din timpul vieții (timpul zilnic de vizionare), ci şi o mare parte a gândurilor (efectul de agendă), a mentalităților şi comportamentelor sale (efectul de cultivare şi de spirală). Relațiile personale, educația din familie sau din şcoală, obiceiurile tradiționale şi

chiar viața de familie sunt astăzi sacrificate în mare parte lumii TV, pentru a obține darul împărtășirii din spiritul și din ofertele societății de consum.

Vizionarea TV ca act cu conotații religioase și cultele politeiste

Televiziunea se dovedește a fi un substitut al religiei în aceeași măsură în care cultele idolatre substituie religia adevărată. Adică, tot așa cum acestea jucau rolul de religie pentru popoarele idolatre, și televiziunea, se poate spune, candidează la postul de religie pentru omul lumii moderne. Diferența principală între televiziune și o religie idolatră, lucru care îi împiedică pe oameni să accepte că vizionarea TV îi inițiază într-o experiență de ordin religios, este gradul redus de conștientizare a actului ca atare, o amnezie ontologică mai avansată chiar decât în cazul păgânilor idolatri.

Aceia, ca o nostalgie a sacrului sau ca o expresie a nevoii de Dumnezeu, își transformau o plăsmuire fantastică într-un mit, într-o realitate sacră, raportându-se după aceea la ea ca la o manifestare a divinului în istorie. Idolatrul se închină unui copac sau unui stâlp, sau – mai concret – unei fantasme, ca lui Dumnezeu, considerându-le Dumnezeu. De asemenea, când participa la un ritual, îi conferea o valoare sacră, considera că astfel se împărtășește din comuniunea cu zeii săi, iar când asculta și îndeplinea prescripțiile cultului, idolatrul era convins că în acest fel ascultă de glasul zeului căruia îi datora supunere.

Omul modern însă, deși nu socotește, în mod conștient, televizorul Dumnezeu și nici lumea televiziunii o realitate sacră, se raportează la acestea ca și cum astfel ar sta lucrurile. Cu toate că transformă plăsmuirile fantastice ale micului ecran în mituri și se raportează la acestea, ca și cum ar fi sacre – manifestarea unor

puteri superioare –, nu conştientizează acest fapt şi, dacă-l întrebi, afirmă chiar că o mare parte din ceea ce vede la televizor este ficţiune.

Telespectatorul chiar dacă-şi însuşeşte fantasmele de pe micul ecran şi le pune la loc de cinste în sufletul şi în mintea sa, legându-se afectiv de ele, idolatrizându-le în unele cazuri, hrănindu-le prin vizionarea TV precum idolatrul prin actul ritual, nu le numeşte dumnezei. Deşi atunci când se aşează în faţa televizorului, telespectatorii nu au conştiinţa că îndeplinesc un act ritual sau că atunci când renunţă la toate pentru vizionarea TV îndeplinesc, de fapt, o anumită jertfă, comportamentul lor poate fi integrat şi înţeles în aceste coordonate.

Telespectatorul nu-şi dă seama că, bucurându-se de comuniunea empatică cu eroii micului ecran, participând prin proiecţie mitică la realitatea acestora, încearcă astfel să-şi satisfacă dorinţa tainică a sufletului de a de a intra în legătură cu lumea divină. El însă nu interpretează acest fapt ca unul de participare reală la lumea de dincolo, precum se întâmpla în cultele idolatre.

Oamenii, când adoptă comportamentul eroilor de la televizor, când îşi configurează existenţa după canoanele lumii TV, în conformitate cu ierarhiile de valori ale acesteia, cred că-şi exprimă propria voinţă şi opţiune, însă modul în care se realizează acest lucru este identic cu cel în care omul religios îşi imita zeii, îşi însuşea acţiunile, modelul mitologic sau faptele exemplare în propria viaţă. Chiar dacă toţi cei de la televizor nu sunt decât nişte personaje ficţionale şi nu pot fi socotite modele, telespectatorii se comportă ca şi cum această lume mitică aparţine zeilor. Cu toate că, încă o dată subliniem, în mod conştient, nici actorii nu sunt consideraţi zei şi nici lumea aceea sacră.

Deşi inserarea telespectatorilor în psihomentalul eroilor de pe ecran, prin procesele de proiecţie, identificare sau empatie

este un fenomen explicat psihologic sau ştiinţific, totuşi acest proces poate fi regăsit şi în cultele idolatre unde adeptul, prin reactualizarea naraţiunii mitului în cadrele actului ritual, prin imitarea comportamentului zeului respectiv, se identifica până la uitarea sau părăsirea de sine cu personajul ficţional în al cărui rol intra. Transferul de energie psihică ce îl însufleţeşte pe telespectator pe parcursul vizionării unui film, spre exemplu, care-l face să se simtă un altul cu puterile reînnoite, este trăit şi în ritualul idolatru unde „credinciosul" simte că, prin experienţa depersonalizantă a identificării rituale cu idolul la care se închină, se împărtăşeşte din spiritul acestuia, din energiile şi puterea idolului.

Uitându-se la televizor, telespectatorul se bucură având posibilitatea trăirii unor stări inedite, fascinaţie, plăcere senzuală, euforie, dar şi tulburare, nelinişte sau chiar spaimă – fără să ştie însă că exact aceste stări sunt experiate în prezenţa misterului – dumnezeul religiilor păgâne. Trăirea acestei stări plăcute, excitante pentru simţuri şi chiar erotice ale transferului de personalitate şi de energie psihomentală, pricinuit de călătoria fantastică experimentată în ritualul păgân, ca şi în timpul vizionării (mai cu seamă în naraţiunile dramatizate – film), este momentul în care omul îşi lasă mintea posedată de fantasmele idolului şi ale actelor sale, în care comunică prin intermediul fantasmei cu energiile şi lucrările care stau în spatele ei.

În concluzie, deşi telespectatorul nu consideră, în mod conştient, că lumea TV ar fi sacră, că personajele acesteia ar fi zei, că vizionarea este un ritual sau că sugestiile publicitare sunt porunci şi televiziunea ar putea fi socotită religie, se raportează la acestea sau vizionarea TV îi înrâureşte viaţa într-o măsură asemănătoare cu aceea în care religiile păgâne influenţau viaţa omului societăţilor precreştine.

Televiziunea ca substitut funcțional al religiei

În analiza desfăşurată pe parcursul acestui capitol, s-a putut constata că televiziunea este capabilă de a structura experiența umană într-un mod asemănător cu acela în care o face religia. Lumea televizuală defineşte un spațiu şi un timp care uşor pot fi asimilate cu spațiul şi timpul sacre. Ea exercită asupra subiectului uman o putere de atracție, de fascinație, dar şi un fior de teamă, aşa cum o face Misterul în cadrul experienței religioase trăite în cultele păgâne. Mesajul televizualului este mai mult mitic decât discursiv, rațional, iar atitudinea avută de telespectator, de-a lungul vizionării, poate fi identificată uşor cu una de tip ritualic. Toate acestea ne-ar putea sugera că televizionarea este un act religios. Însă religia nu se rezumă doar la cele expuse mai înainte, funcția ei în viața societății şi a oamenilor fiind mult mai largă şi mai profundă.

Religia este aceea care mediază relația omului cu lumea, aceea prin care omul îşi structurează spațiul şi timpul existenței, îşi organizează viața şi se orientează în lume. Religia ne redefineşte existența, deschizând prin simboluri ferestre către lumea spirituală, dar şi către înțelegerea lumii în care trăim. Ea furnizează omului tradițional acel mediu simbolic, prin intermediul căruia omul descifrează înțelesurile cele mai tainice ale existenței, dar şi semnificația faptelor sau întâmplărilor pe care le întâlneşte în viață. Religiosul îmbracă toate aspectele existenței umane, încât ar fi imposibil ca doar în câteva rânduri să poată fi descris chiar şi numai cadrul cel mai general al acestui fenomen. Având în vedere aceste lucruri, întrebarea care poate fi pusă în contextul discuției noastre este: Reuşeşte, oare, televiziunea să înlocuiască religiosul în această largă viziune a rolului esențial pe care aceasta îl joacă în viața oamenilor şi a societății? Şi dacă răspunsul este afirmativ, care ar fi sensul real al acestei substituții?

Religia, puterea simbolică şi televiziunea

Religia, ca realitate ce se adresează naturii raționale şi spirituale a ființei umane, operează preponderent cu simboluri. Ea oferă omului, prin simboluri (învățătura sa, rațiunile sau raționalitățile pe care le descoperă), posibilitatea de a înțelege lumea şi de a se orienta în ea. Aşadar, se poate spune că religia, cel puțin în societatea tradițională, îndeplineşte această funcție sau acest rol de putere simbolică (*Thompson* 2000: 22).

Caracterul axiologic al religiei poate fi recunoscut în faptul că ea îl învață pe om care sunt criteriile adevărului, ale frumosului şi ale binelui. Prin religie, existența omului capătă sens. În temeiul reperelor pe care aceasta le propune, omul se orientează în viață, se călăuzeşte în lumea aceasta în perspectiva vieții veşnice. În legătură cu funcția de orientare se află şi caracterul profetic al religiei. Ea arată nu numai care pot fi în timp consecințele unor comportamente sau evenimente, dar chiar descoperă fapte sau întâmplări care se vor petrece în viitor. Religia împlineşte în societate şi o funcție comunitară, atât prin faptul că reglementează relațiile dintre oameni, în baza moralei sale, cât şi prin natura comunitară a ritualurilor. În legătură cu aşa-zisa funcție sau putere simbolică a religiei, poate fi socotit şi caracterul psihoterapeutic al învățăturii religioase (modul în care omul se poate vindeca sufleteşte, prin intermediul credinței).

Având în vedere aceste trăsături sau funcții ale religiei, vom încerca, în continuare, să vedem în ce măsură în societatea modernă acestea sunt substituite de mass-media sau de televizor, nu înainte de a face o remarcă semnificativă pentru expunerea ce urmează.

Mass-media, ca şi religia, lucrează în mod preponderent cu simboluri (informații, idei, opinii, imagini şi mesaje), şi nu cu elemente materiale. Mijloacele de comunicare în masă nu vând lucruri, ci bunuri simbolice (*Thompson* 2000: 31). Nu-şi exercită

puterea prin forța fizică, ci cu ajutorul mesajelor şi imaginilor. Prin urmare, mass-media se situează sau lucrează în acelaşi spațiu simbolic ca şi religia. De aceea ea joacă un rol atât de important în orizontul de gândire, în comunicare şi în comportamentul uman.

Cercetătorii fenomenului mediatic constată că în societatea modernă „instituția paradigmatică a puterii simbolice" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 198) o constituie mass-media. Mijloacele de comunicare în masă definesc în locul religiei „mediul simbolic, corpul comun de imagini, concepții, presupoziții şi credințe. Ele modelează valori şi repere de evaluare, operează modificări de substanță ale valorilor comportamentelor şi formelor simbolice specifice unui segment social (spre exemplu, tineretul) sau societății întregi. Media contribuie la definirea realității, deci influența sa se exercită în domeniul valorilor şi al opiniilor" (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 201). Ele induc reprezentările cu care operăm, reprezentări ale unei realități pe care nu o cunoaştem direct. Mijloacele de comunicare în masă se interpun între noi şi realitatea propriu-zisă. Privim şi interpretăm lumea, prin ochelarii pe care ni-i pun la dispoziție aceste reprezentări oarecum legitimate prin simpla publicare sau difuzare. Nu rămâne îndoială că forța de expansiune şi infiltrare a mass-mediei, în special a televiziunii, face din ele principala putere în înrâurirea simbolică a conştiinței şi vieții oamenilor. Practic, ele au dobândit puterea de a construi sau reconfigura conştiința umană. (*Dobrescu & Bârgăoanu* 2001: 173-174)

Mijloacele de comunicare în masă ajung să substituie aproape complet forța şi impactul simbolic al religiei prin dominarea câmpului vizual şi a spațiului vital uman cu propriile simboluri. Chiar şi cei care se declară credincioşi, aparținând unei religii sau alteia, prin expunerea zilnică la bombardamentul simbolic operat de televiziune, vor fi mai puternic influențați în gândire şi în comportament de mesajul mediatic decât de cel al

religiei lor. Cantitatea uriaşă de material simbolic (imagini, informații, idei), caracterul cotidian, expunerea prelungită (2-3 ore pe zi) la mesajele mediatice, persuasiunea uriaşă a acestora, caracterul public al recunoaşterii lor, lipsa timpului de reflecție, toate acestea sunt doar câteva din cauzele care dau o asemenea putere mijloacelor de comunicare în masă în detrimentul religiei.

Funcțiile educativă, axiologică şi de orientare sunt preluate astăzi de mass-media

În societatea tradițională, religia ocupa rolul cel mai important în educație. Şi era firesc acest lucru, căci modul de viață al comunităților tradiționale era prin excelență unul religios. Aproape oricare gest era învestit cu un caracter simbolic, fiind integrat în viziunea religioasă, în orizontul relației omului cu Dumnezeu. Religia configura universul de valori al comunităților umane, dând o definiție mai profundă tuturor valorilor fundamentale: ca adevăr, bine, frumos etc. Religia constituia reperul ontologic al orientării omului în lume şi în viață. Atâta timp cât omul ştia că există Dumnezeu şi că Acesta este Cel Care l-a creat şi Care îi proniază existența în lume, cât timp ştia că există viața de dincolo, unde mai mult decât aici va da socoteală pentru faptele sale, îşi raporta întreaga existență la voia şi învățătura lui Dumnezeu.

În societatea modernă, o altă autoritate se insinuează însă în conştiința oamenilor, şi aceasta este mass-media sau, în mod deosebit, televiziunea. Ele se constituie ca principal mediu de reflexie a realității, de educare şi orientare a omului. Ele, constată Mihaela Constantinescu, „ne spun cine suntem; ne conferă identitate. Ne învață ce vrem să fim; ne dă aspirații. Ne arată cum să devenim ce ne-am propus; ne oferă tehnica potrivită. Şi ne spune

ce şi cum să ne simţim atunci când nu reuşim; ne oferă salvarea. Astfel mass-media modifică calitativ modul în care apar şi operează conştiinţa şi identitatea noastră" (*Constantinescu* 2001: 13). Toate aceste lucruri mass-media le realizează prin funcţiile pe care le deţine în societate.

După Raportul elaborat de Comisia internaţională UNESCO, „mass-media îndeplineşte în lumea contemporană funcţia de educare şi transmitere a moştenirii culturale. Această funcţie se realizează însă în conjuncţie cu funcţia de informare, care ne furnizează elementele de cunoaştere, judecată şi opinie necesare înţelegerii mediului social înconjurător şi a lumii în totalitatea ei" (*Drăgan* 1996: 170). În acelaşi context gnoseologic, UNESCO găseşte o a treia funcţie a mijloacelor de informare în masă: „funcţia de persuasiune, motivaţie şi integrare" (*Drăgan* 1996: 170).

Mijloacele de comunicare în masă conving şi îi motivează pe oameni în desfăşurarea unor activităţi sau a unor comportamente sociale, interpretând, totodată, valoarea şi sensul acestora. Dacă primele două funcţii ale mass-media înseamnă, efectiv, substituirea funcţiei educative şi axiologice a religiei, cea de-a treia are scopul de a-l orienta pe om în viaţa socială şi personală.

De fapt, consecinţele gnoseologice ale mass-media în planul educaţiei, orientării şi definiţiilor axiologice pot fi identificate uşor şi în cele trei efecte ale mass-media prezentate în primul volum – efectul de agendă, de spirală şi de cultivare. Prin efectul de cultivare, se însămânţează în mintea omului valorile educaţionale dorite şi i se configurează universul de conştiinţă. La formarea opiniilor, la judecarea realităţii şi la orientarea în lume contribuie, alături de efectul de cultivare, cel de spirală şi cel de agendă. Practic, lumea în care este scufundat omul modern este lumea TV-ului sau, mai general, a mass-mediei.

Mai concret, mass-media ne învaţă cum să ne îmbrăcăm, să ne comportăm, cum şi despre ce să vorbim şi să gândim, ce muncă să căutăm, cum să câştigăm bani, în ce să investim mai

mult timp, bani şi energie, ce să dorim mai mult, cum să ne distrăm, ce maşini, haine sau lucruri să cumpărăm, cum să ne rezolvăm problemele familiale, conflictele, pe ce coordonate să întreţinem relaţiile personale şi să ne organizăm viaţa intimă, cum să evaluăm, să valorizăm faptele, evenimentele, lumea în general.

Efectele educaţionale, informaţionale sau de orientare ale mijloacelor de comunicare în masă, în speţă ale televiziunii, sunt atât de puternice, încât omului zilelor noastre îi vine tot mai greu să se despartă de ele. Aşa cum omul religios nu poate să trăiască o zi fără să se roage sau să se gândească la Dumnezeu, să comunice cu El, tot aşa dependentul de mass-media (televizor) cu greu poate suporta despărţirea de acestea. La nivel cognitiv, se manifestă o puternică dependenţă între omul contemporan şi mijloacele de comunicare în masă.

Caracterul profetic al televiziunii

În trecut, oamenii mergeau la oracole, pentru a le interpreta semnificaţia anumitor întâmplări din viaţa lor, pentru a le prezice viitorul apropiat sau mai îndepărtat. Aflau astfel dacă timpurile vor fi favorabile, dacă va fi ploaie şi pământul îşi va da rodul său, dacă vor fi războaie sau pace, dacă se vor îmbogăţi sau vor sărăci. Astăzi, această funcţie a preluat-o aproape integral mass-media sau în mod deosebit televiziunea.

Prognosticul vremii este cel mai la îndemână exemplu. Este una dintre emisiunile urmărite cu cea mai mare atenţie chiar de oamenii bătrâni, care nu ies decât rar afară din casă. Este fascinant să ştii ce timp va fi mâine, peste săptămână, câteva luni sau chiar la anul. O altă emisiune care se încadrează perfect în această specie, este zodiacul zilei.

Profeţii sau predicţii avem şi în planul economic, politic sau social. Spre exemplu, futurologia, ale cărei rezultate constituie

baza de discuție în emisiunile cu caracter predictiv, chiar cu aceasta se ocupă. Ea ne spune cum va arăta viitorul. Alvin Toffler şi Samuel Hunttington se numără printre marii profeți sau inspirați ai secolului XX. Micii profeți (prezicători), comentatorii politici sau ai fenomenului economic pe care-i urmărim la televizor nu fac decât să reactualizeze învățătura unuia dintre profeții consacrați deja mediatic, de genul celor amintiți anterior. În general, curentul de opinie în ceea ce priveşte viitorul este dat de marile canale internaționale, ca CNN, NBS etc. Comentatorii fenomenului economic ne spun dacă pe viitor o vom duce mai bine sau mai rău, dacă sacrificiile pe care le facem vor rodi în dobândirea bunăstării mult aşteptate sau nu.

Alți profeți ne anunță un posibil război sau numai un cutremur. Spre exemplu, acum câțiva ani se prezicea războiul din Irak, în condițiile în care situația în această țară era stabilă şi neschimbată în ultimii 10 ani, când, aşadar, nu ar fi existat nici un motiv ca acesta să se poată produce. Şi totuşi, profeția s-a împlinit. Acum se prezice un viitor război în Iran sau poate chiar în Siria[72].

În general, prin modul în care este interpelat un astfel de comentator politic de către spikerul din studio ni se sugerează faptul că acesta are răspunsul, ca şi cum el ar şti şi ne-ar putea da o desfăşurare amănunțită a evenimentelor viitoare. Aplombul, siguranța afirmațiilor sunt tipice mai curând actului de profetizare, decât aceluia de observare ştiințifică a tendințelor. Efectul dramatic al comunicării, susținut adesea de solemnitatea decorului şi de fondul muzical contribuie la crearea unui context favorabil receptării mesajului în cadrele gândirii mitice, religioase. Televiziunea întotdeauna face apel mai curând la factorul subiectiv, la credință, la un impact afectiv asupra telespectatorului decât la judecata rațională.

72 Textul a fost scris în urmă cu doi ani, aşa încât, după cum evoluează lucrurile, în curând va apărea ca depăşit.

Chiar dacă noile profeții, în mare, nu se respectă, acest lucru nu are nici o importanță. Oamenii nu-şi vor pierde niciodată cu desăvârşire încrederea, deoarece actul de cercetare şi ascultare a cuvântului profetic (presupus adesea de vizionarea TV) este fundamentat pe credință, iar disponibilitățile acesteia sunt nelimitate. Actul în sine, de ascultare a profetului, este esențial. Omul simte nevoia, cel mai adesea neconştientizată, să se raporteze la o autoritate supremă, care să-i spună ce să facă. Este, desigur, reminiscența unui comportament religios, de a asculta de Dumnezeu sau de a-I urma voia, comportament care s-a redus însă doar la o practică aparent laică, dar în fond de tip magic. Autoritatea divină asigură, validează o cale sau o atitudine că este bună, favorabilă nouă sau dimpotrivă, iar omul modern, ca şi cel tradițional, are nevoie de acest criteriu (suprem) de orientare în existența sa cotidiană. Deşi trăieşte într-o epocă a ateismului, a pozitivismului ştiințific sau a evoluționismului, pentru omul zilelor noastre tendința de a afla un temei, o ancoră într-o realitate care să-i depăşească condiția este deosebit de pronunțată.

Cu cât nevoia de echilibru, de siguranță vor fi mai mult puse în pericol, cu atât omul contemporan va fi mai labil, mai uşor de sugestionat şi de captivat de un sistem de influență[73]. În definitiv, nu interesează pe nimeni că la televizor se minte şi minciuna se instituie ca o stare normală. Omul are nevoie de această minciună, de siguranța care i se oferă prin ea, de această sugestie că există un sprijin, o autoritate, cineva care ştie cum merg lucrurile şi le controlează. Aceasta, pentru a putea continua să trăiască în starea de instabilitate şi relativism generalizat pe care o generează societatea modernă. De altfel, minciuna de la televizor este frumoasă, seducătoare, hipnotică şi publică, deplin recunoscută –

---

73 „În mediul electronic care ne înconjoară, adevărul are mari probleme: el a fost chestionat, subminat, iar consumatorul de mass-media tânjeşte după ceva în care să creadă, chiar dacă trebuie să-şi fabrice un adevăr al său. Nu este, deci, de mirare că imaginile electronice găsesc întotdeauna un cămin primitor" (*Tudor* 2001: 60).

toată lumea crede în ea. Până la urmă, omul modern acceptă mai mult sau mai puțin conștient minciuna, căci aceasta îi aduce liniștea atât de necesară, promite plăcerea și protecția, și îi anesteziază puțin frica de viitor și de moarte.

Efectul televiziunii nu este, după cum am văzut, unul de orientare, ci de dezorientare, deoarece în lipsa acesteia omul nu se mai poate orienta singur. Însă, în mod paradoxal, cu cât va fi mai dezorientat, cu atât va simți mai mult nevoia să creadă în cineva care să-i ofere siguranța, pacea și liniștea necesară. Iar prezența cea mai facilă, cea mai seducătoare și mai autoritară în societatea modernă este televiziunea – ea promite siguranța necesară.

Socializarea prin televizor

Aproape toate religiile cunoscute în istorie au un caracter comunitar, iar aceasta este, poate, cea mai importantă dovadă a faptului că omul prin natura sa este o ființă socială, comunitară. Așa l-a făcut Dumnezeu pe om, ca să nu fie singur, să aspire permanent spre comuniunea cu ceilalți și cu Însuși Creatorul lui. Relația personală este dimensiunea cea mai importantă a existenței umane.[74] Ea arată că omul este subiect personal și liber, care nu trăiește numai prin sine și pentru sine, ci și prin aproapele său, prin și în relația personală cu el. Existăm și în măsura în care ceilalți ne iau în seamă, ne prețuiesc și ne iubesc, iar dragostea rămâne cea mai bogată și consistentă hrană sufletească de care se împărtășește omul de la naștere și până la moarte.

În condițiile în care relațiile personale și comunitare sunt atât de importante în viața omului, iar obiceiul uitatului la televizor este un act individual, care sărăcește relația personală, ne

---

74 Creștinismul ca religie a persoanei și a iubirii oferă cea mai importantă mărturie a faptului că omul se poate împlini și mântui numai prin comuniunea de jertfă și dragoste cu aproapele său și cu Dumnezeu.

putem pune întrebările: cum se explică atracția considerabilă pe care televizorul o exercită asupra oamenilor şi cum poate fi apreciat acest obicei ca unul de natură religioasă, atâta timp cât este departe de a avea un caracter comunitar?

Răspunsul ni-l dă UNESCO, împreună cu mulți alți cercetători ai fenomenului mediatic care, în mod paradoxal, apreciază că unul dintre cele mai importante roluri ale mass-mediei, în particular, al televiziunii, este cel de socializare. „Televiziunii îi revine ca principală funcție asigurarea legăturii sociale, în societatea individualistă de masă (orice persoană putându-se conecta când şi cum vrea de acasă, putând participa liber, în intimitatea sa, la o activitate fundamental colectivă, iar amestecul dintre consumul individual şi activitatea colectivă creează forța televiziunii." (*Drăgan* 1996: 168-173)

Cu alte cuvinte, atunci când un om nu are pe nimeni în preajma sa – spre exemplu un bătrân apăsat de singurătate –, are posibilitatea de a apăsa pe butonul televizorului şi, dintr-o dată, o întreagă lume se revarsă în interiorul camerei sale. Mişcare, dinamism, zgomot, voci şi chipuri umane, o întreagă lume pătrunde în spațiul nostru intim. Ne simțim importanți. Aceşti oameni ni se adresează (cu toate că nu ne cunosc şi, practic, nici nu existăm pentru ei), se uită spre noi sau comunică cu alții prezenți, de asemenea, prin intermediul micului ecran, în camera noastră, adesea ne includ şi pe noi în discuții, reprezentându-ne punctul de vedere etc. Astfel, prin această participare de natură proiectivă şi empatică, televiziunea reuşeşte să substituie şi funcția socială a religiei. Ea creează o comunitate virtuală de imagini, de gândire şi trăire empatică în care fiecare ne putem găsi locul. Suntem împreună cu ceilalți în sensul că toți ne uităm la televizor, toți simțim sau trăim aproape aceleaşi experiențe, toți gândim aceleaşi lucruri. Sentimentul de participare este total şi plenar, deşi, în realitate, ne însingurăm tot mai mult în fața unei maşini ce produce imagini şi sunete. Dialogul, ca fundament al relației personale, este inexistent.

Cât de comunitară sau personală este o astfel de comunicare (pe care J. Thompson refuză s-o intituleze comunicare, ci doar exclusiv transmitere de mesaje pentru că nu este reciprocă) (*Thompson* 2000: 31) îşi poate da seama oricine. Ce fel de existență comunitară şi personală este aceea când noi nu ne manifestăm ca subiecte personale, în raport cu oameni adevărați, vii, prezenți, când nu ne implicăm responsabil în această relație, nu avem nici o inițiativă, nici un gând sau simțământ personal, ci doar ne cufundăm într-o mare de imagini care ne inundă mintea, care ne incită imaginația şi simțurile? Ce fel de funcție comunitară poate avea televiziunea, atunci când oamenii în loc să caute alți oameni, să comunice, să trăiască împreună cu ei, se izolează în fața televizorului? Părinți singuri, copii singuri, bătrâni, prieteni şi vecini singuri, o lume de oameni singuri aflați în fața propriilor televizoare, care şi atunci când sunt împreună cu ceilalți nu mai găsesc alte subiecte de discuție decât tot cele de pe micul ecran. Oameni care nu mai cunosc bucuria, nu mai au răbdarea şi interesul de a comunica personal, care se simt plictisiți şi enervați de prezența celuilalt, care nu este atât de relaxantă, de confortabilă, de interesantă şi seducătoare ca a celor de pe micul ecran.

Într-adevăr, obiceiul privitului la televizor simulează foarte bine relația de comunicare a omului cu lumea, cel puțin la nivelul subiectiv al senzațiilor, şi pe această minciună sau păcăleală îşi întemeiază televiziunea enorma atracție pe care o exercită asupra oamenilor. Televizorul îi face să creadă (sugerându-le) că se află în mijlocul lumii, al evenimentelor, că participă cu adevărat la viața lumii şi a semenilor, că prin aceasta sunt importanți şi se realizează ca persoane şi ființe umane. Paradoxul care se naşte însă este că, pe măsură ce oamenii privesc mai mult la televizor, cu atât se vor simți în afara vizionării tot mai singuri şi cu cât se simt mai singuri, cu atât ei vor avea mai mare nevoie de televizor ca să le alunge singurătatea.

Coordonatele psihoterapeutice ale vizionării TV

În toate culturile, rolul vindecării sufleteşti, spirituale, aşa-zisa psihoterapie revenea exclusiv religiei. Principala cauză a bolii sufleteşti fiind considerată păcatul, semn al despărțirii omului de Dumnezeu, religia îşi asuma această lucrare de a-l ajuta pe om să înlăture zidul neascultării ce-l separa de Creatorul său (curățirea de păcat), de a-i readuce pacea şi armonia în suflet. Înfrânarea trupului şi a ochilor de la cele ce pot ațâța simțurile, liniştirea şi unirea minții prin rugăciune, prin spovedanie, prin lucrarea faptelor bune, a virtuților şi prin unirea cu Hristos în împărtăşirea cu Trupul şi Sângele Său sunt câteva dintre modalitățile principale prin care Biserica îl ajută pe om să se elibereze de păcat. Practic, întreaga viață în Biserică prilejuieşte vindecarea omului de păcat şi lucrarea unirii cu Dumnezeu spre dobândirea sănătății sufleteşti drept condiție a dobândirii fericirii.

Nici televiziunea nu se lasă mai prejos – ca o adevărată candidată la rolul de religie a lumii, ea promite exact acelaşi lucru: vindecarea sufletească sau psihică a celor care beneficiază de serviciile ei. Cum poate televiziunea îndeplini o funcție psihoterapeutică? „Edgar Morin (în *L' Esprit du temps)* va dezvolta ideile lui Jean Stoetzel despre această funcție psihoterapeutică a mass-mediei, punând în lumină cele două mecanisme principale prin care se realizează această funcție: 1. proiectarea şi 2. identificarea.

Mecanismul proiectării constă într-o formă specifică de acțiune asupra imaginației individuale; prin mass-media (televiziune), omul dobândeşte posibilitatea de a proiecta în afara lui tot ceea ce nu poate realiza în şi prin el. Aventurile lui Belmondo sau Delon, violând tabuurile, legile şi convențiile, ne eliberează de propriile tendințe agresive; în aventurile lor proiectăm simbo-

lic ceea ce nu putem să facem în viața noastră cotidiană. Prin ceea ce ne pun ei la dispoziție ca senzațional, ni se îngăduie să ne transferăm neîmplinirile reale în acest univers simbolic şi să trăim în mod imaginar ceea ce ne este interzis în viață. Identificarea prelungeşte şi împlineşte proiectarea: telespectatorul se eliberează de frustrări şi refulări, fixându-le pe eroi şi personaje imaginare – cele care populează lumea mediatică. Dintr-o astfel de nevoie indivizii se identifică cu personajele din spațiul mediatic: acestea devin un alter ego idealizat al telespectatorului sau al auditoriului, al consumatorului de film de evaziune. Proiectându-se şi identificându-se cu eroii, cu faptele, cu aventurile senzaționale ale acestei mitologii ale timpurilor moderne, omul societății de masă se regăseşte pe sine eliberat, fie şi iluzoriu, de tensiunile, constrângerile şi limitările pe care viața şi ordinea socială i le impun" (*Drăgan* 1996: 192).

Ceea ce se desprinde ca adevărat din această analiză psihologică este faptul că, prin vizionarea TV, spectatorii participă la acțiunea de pe micul ecran, însuşindu-şi imaginativ actele personajelor ficționale. Este o trăire „prin procură", prin care, în mod simbolic, publicul are posibilitatea de a săvârşi, fără a fi responsabil în fața lumii sau a legii, fapte nepermise de morala socială, de religie sau chiar de propria conştiință. Lovim, ucidem, violăm, ne satisfacem dorința de putere, obsesiile şi patimile prin proiectarea şi identificarea cu personajele de pe micul ecran. În această analiză este descris, în mod clar, mecanismul pe care-l surprinde I.P. Culianu în tratatele de magie, şi anume posibilitatea ca erosul (actul magic) să se consume integral într-un perimetru fantastic.

Absurdă sau contradictorie apare însă, susținerea faptului că vizionarea TV poate aduce o autentică însănătoşire indivizilor. în viziunea lui Jean Stoetzel (aceasta este, de fapt, poziția unor importante şcoli de psihanaliză), dacă boala este produsul unor frustrări sau dorințe neîmplinite, atunci, satisfacerea simbolică a

acestor dorinţe şi tensiuni va duce la însănătoşirea bolnavilor. Cu alte cuvinte, dacă cineva simte nevoia de a lovi şi chinui, a viola, a ucide sau a fura şi îşi va satisface aceste pofte în plan imaginar, văzându-le săvârşite la televizor, el se va însănătoşi de bolile psihice pe care i le provocau acele dorinţe neîmplinite.

Prin urmare, viziunea asupra vindecării sufleteşti, propusă de televiziune în demersul său psihoterapeutic, este complet inversă celei pe care o are creştinismul. Dacă Biserica ne învaţă că, spre a ne însănătoşi sufletul, trebuie să luptăm cu păcatul (dorinţele pătimaşe), eliminându-l din imaginaţie, televiziunea propune ca metodă de vindecare însăşi săvârşirea mentală a păcatului.

În condiţiile în care Biserica îndeamnă la înfrânarea trupului, a ochilor (a păzi vederea de lucrurile ce incită dorinţa), la liniştirea şi unificarea minţii, televiziunea, prin publicitate, dimpotrivă, cultivă şi multiplică dorinţele şi nevoile, condiţionează atitudinile consumatoriste, îndeamnă la neînfrânare şi desfrânare, la împrăştierea şi tulburarea minţii.

Biserica, prin modelul Mântuitorului Iisus Hristos şi prin cel al sfinţilor, cheamă la săvârşirea faptelor bune, la iubire, pace, iertare şi bună înţelegere între oameni. Televiziunea, dimpotrivă, prin actul proiectării şi al identificării cu personajele filmelor, ne constrânge imaginar la violenţă, la desfrânare, la mânie şi răzbunare.

Biserica îndeamnă la unirea cu Dumnezeu, izvor al vieţii şi al faptelor bune, în timp ce televiziunea se oferă pe sine drept sursă a trăirilor celor mai intense, „a celor mai seducătoare forme de viaţă, a evenimentelor de excepţie, a izbucnirilor de violenţă, a noutăţilor impresionante, a ceea ce iese din comunul cotidian al omului obişnuit" (Drăgan 1996: 192).

Şi Biserica, şi televiziunea ne cheamă la o altă existenţă, la depăşirea cotidianului, a profanului. Însă Biserica propovăduieşte transfigurarea vieţii în lume, prin cultivarea dimensiunii ei spirituale, în vreme ce televiziunea invită la evadarea în imaginar, un

imaginar care, de fapt, îl scufundă cu totul pe individ într-o existență senzitivă și materială.

A spune că televiziunea vindecă bolile psihice sau măcar comportamentele patologice prin procesul descris anterior ar fi ca și cum ai spune că oamenii, văzând violență la televizor, devin mai pașnici, mai blânzi, mai îngăduitori, mai iertători, mai răbdători; ca și cum, dacă ar vedea pornografie, ar deveni mai înfrânați, mai iubitori de familie, de soție și de copii. Dimpotrivă, toate studiile desfășurate de-a lungul anilor arată că, urmărind violență, copiii și adulții devin mai violenți. Urmărind pornografie, oamenii ajung mai neînfrânați sexual, își neglijează familiile, soțiile mai ales, dar și copiii. Este ca și cum ai spune că, văzând pe cineva cum înfulecă la o masă copioasă, te-ai simți sătul. Experiența dovedește însă contrariul. De asemenea, din studiile privind publicitatea rezultă că spoturile publicitare multiplică nevoile și dorințele indivizilor, le creează frustrări și îi neliniștesc (Brune 1997: 15).

Așadar, televizorul nu micșorează, nu elimină dorințele nesatisfăcute ale publicului, ci le cultivă, le înmulțește în viața reală. El creează o tensiune psihică tot mai mare în masa de telespectatori, prin neputința acestora de a-și împlini în viața de zi cu zi toate poftele și nevoile sădite pe parcursul vizionării. Și cu cât tensiunea aceasta va crește, cu atât publicul va simți mai puternic nevoia de a căuta televizorul pentru a gusta, măcar la nivelul simbolic, aceste plăceri (de cele mai multe ori rușinoase și murdare sau cu neputință de împlinit în viața cotidiană). Publicul este astfel pus în situația de a alege: ori în viața reală reușește să-și satisfacă poftele – gesturile consumatoriste, impulsurile violente sau sexuale –, ori se va îndrepta către televizor. Acesta devine sursa facilă de plăceri și satisfacții imaginare care, măcar pe timpul vizionării, pot da sentimentul împlinirii poftei, deși în realitate, în urma acesteia dorința este amplificată.

Mai există o posibilitate. Permanenta tracasare a minții omului cu scenarii mentale, cu dorințe satisfăcute imaginar, dar

amplificate, totodată, în viața reală poate determina o puternică uzură a sistemului nervos şi chiar a structurilor psihice, poate agrava sau chiar declanşa anumite afecțiuni psihice sau nervoase. Hiperactivitățile, depresiile nervoase sau chiar psihozele devin, astfel, afecțiuni tot mai probabile în tabloul simptomatologic al bolilor omului modern. În felul acesta, televiziunea îşi împlineşte cu succes funcția psihoterapeutică, „vindecând" sufletul telespectatorului de boala unei vieți echilibrate şi fireşti unde credința, familia, relațiile personale şi comunitare joacă rolul cel mai important. Îl vindecă de „boala" de a-şi trăi propria viață, de a avea propria identitate, propriile bucurii şi suferințe, propriul destin.

Concluzii. Este vizionarea TV un comportament religios?

Din punctul de vedere al creştinismului sau al etimologiei cuvântului „religie" (re-legere – refacerea legăturii cu Dumnezeu) nu se poate afirma în nici un fel că televiziunea constituie o religie pentru omul modern, deoarece ea nu cultivă sau nu reface legătura omului cu Dumnezeul Cel Adevărat, ci, dimpotrivă, îl închide, îl izolează pe telespectator într-o lume fantastică de vise ce aproximează foarte bine realitatea sau într-o lume de realități care pot fi uşor integrate lumii visului. În acelaşi timp însă, dacă acceptăm definiția pe care istoricii religiilor o dau fenomenului religios, incluzând în aria acestuia şi cultele idolatre, panteiste sau actele cu un caracter magic, atunci răspunsul la întrebarea noastră poate fi cu totul altul. Dar mai întâi să facem un mic rezumat al celor constatate.

1. Faptele demonstrează că vizionarea TV capătă caracterul unui act ritual capabil să structureze existența omului în contextul opoziției dintre sacru şi profan, ceea ce constituie o însuşire fundamentală a fenomenului religios. Lumea TV defineşte un alt spațiu şi un alt timp decât acelea cunoscute în viața obişnuită. Un

spațiu şi un timp mult prea asemănătore ca structură cu spațiul şi timpul sacru sau mitic, pentru a nu putea fi identificate cu acestea.

2. Mai mult decât toate, caracterul religios al raportării omului modern la lumea TV este subliniat de importanța centrală pe care o dobândeşte această realitate în existența lumii moderne şi în viața fiecărui individ în parte. „Realitatea" născută pe micul ecran îmbracă într-adevăr caracterul unei lumi mitice, exemplare, aflate la un nivel ontologic superior celei reale, o lume a eroilor, a idealurilor, a faptelor extraordinare. Apariția, pe micul ecran, consacră sau aureolează. Eroii acestei lumi, actori, cântăreți, oameni politici – Rambo, Madona, Elvis Presley, prințesa Diana – sunt aşezați la loc de cinste în sufletele a milioane de telespectatori, precum se întâmpla cu zeii de demult. Faptele lor sunt văzute ca exemplare şi, imitându-le, telespectatorul se simte „cineva", părăseşte anonimatul, dobândeşte identitate.

Inversiunea ontologică despre care vorbesc autorii postmoderni, adică transformarea televiziunii, a acestei copii a lumii reale sau a acestei plăsmuiri ficționale într-o realitate de sine, o lume căreia s-a ajuns să i se acorde un statut ontologic mai înalt decât realului, care devine reper sau model pentru viața în lumea reală, poate fi întâlnită numai în cultele păgâne. Numai acolo modelul mitic, el însuşi un produs al fanteziei umane, înrâurită sau nu demonic (despre revelație dumnezeiască nu poate fi vorba), devine reper fundamental, model pentru toate activitățile umane. Numai în aceste culte viața oamenilor ajunge să se desfăşoare pe baza mitului sau în jurul sanctuarului (televizorul sau televiziunea în societatea modernă) ca loc al comunicării omului cu cealaltă lume.

3. Deşi ritualul vizionării TV sau întregul mod de viață pe care-l configurează televiziunea nu presupune existența unei divinități sau a unor acte de adorație, aceasta nu poate constitui o piedică în a considera acest obicei un act religios, deoarece am văzut că şi în contextul altor mişcări cunoscute în istoria religiei

ca religioase, precum budismul primitiv nu există nici o raportare la divinitate. Identificarea unui act ca fiind religios, în această situație, fenomenologii religiei o fac în funcție de stările psihice experimentate de adepții cultului respectiv în timpulul actului ritual. Având în vedere acestea şi rezultatul analizei noastre ar ieşi pozitiv dacă ne luăm după stările experimentate de telespectator pe parcursul vizionării. Atunci când oamenii se lasă purtați de acea largă paletă de stări şi sentimente între care domină fascinația, uluirea, emoțiile puternice şi pasionalitatea, teama şi chiar spaima, sentimentul copleşirii şi al unei încrederi „indescriptibile", chiar dacă ei nu conştientizează, nu fac decât să-şi cultive aceleaşi stări pe care omul „religios" le trăia în prezența misterului – cel care în religiile păgâne se substituia Dumnezeului Celui Adevărat.

4. Aşezându-se în fața televizorului câteva ceasuri zilnic, telespectatorul nu-şi dă seama că astfel îşi satisface, de fapt, şi nevoia de ritual. Obiceiul vizionării îmbracă un caracter ritual atât din punctul de vedere al structurii sale interne, al manierei în care organizează viața telespectatorului, al caracterului său repetitiv, cât şi al modului în care oamenii se raportează la „realitatea" TV.

5. În ultima secțiune a acestui capitol au fost aduse în discuție funcțiile pe care religia le împlineşte în mod firesc în viața omului. Am avut posibilitatea să constatăm că acestea sunt atribuite sau preluate astăzi de mass-media sau în special de televizor. Oamenii îşi explică lumea sau îşi configurează orizontul gnoseologic şi etic tot mai puțin prin intermediul religiei. Nu se mai orientează în viață cu ajutorul poruncilor lui Dumnezeu, ci toate acestea se realizează astăzi, îndeosebi, prin televizor sau cu concursul acestuia. Chiar dacă telespectatorii din toată lumea țin de religii diferite, orizontul lor de valori sau comportament este tot mai puțin oferit de credință şi într-o măsură tot mai mare, de mesajele sau experiențele televizualului.

Ținând cont de toate acestea, s-ar putea ușor afirma că vizionarea TV este un comportament cu largi valențe religioase. De asemenea, cei care cred că televiziunea sau Internetul se constituie ca noi religii ale umanității ar găsi în cele subliniate mai înainte un bogat material justificativ pentru susținerea acestei idei. Totuși, se pare că această punere a problemei nu este atât de rodnică pentru o bună înțelegere a fenomenului televizual. Un răspuns pozitiv sau negativ ar putea crea discuții sau controverse interminabile. Semnificativ de remarcat ar fi un fapt care, conform analizei realizate, pare evident:

Televiziunea joacă în viața omului modern rolul unei religii. Este vorba mai exact de o simulare, de o substituire a adevăratei vieți religioase. Televiziunea nu generează o religie, ci un surogat de religie, o modalitate profană prin care omul zilelor noastre poate să-și satisfacă temporar sau să-și amăgească nevoia ontologică de religios. El sfârșește prin a-și amâna la nesfârșit conștientizarea situației în care se găsește, manifestarea acelei crize existențiale care ar trebui să-l zguduie, să-l trezească, trimițându-l către reluarea legăturii filiale cu Dumnezeu, către nutrirea duhovnicească a unui suflet însetat de absolut. Televiziunea, în acest context, poate fi văzută ca un fel de anestezic al simțului realității, un euforizant sau un narcotic indicat pentru uitarea grijilor, a problemelor sau pentru depășirea tensiunilor existențiale create de lumea modernă. Vizionarea TV oferă „șansa" uitării, a uita chiar de trecerea timpului, de îmbătrânire, de boală și chiar de proximitatea morții.

Ceea ce definește cel mai bine ființa televiziunii (jocurile video și labirintica lume a Internetului intră în aceeași ecuație) nu este atât religiosul, cât caracterul înșelător. Televiziunea este fabrica de vise, închipuiri sau iluzii care hrănesc imaginarul individual și colectiv. Ne înșeală, sugerându-ne că prin ea putem dobândi tot ceea ce Însuși Dumnezeu ne-ar putea oferi: viața plenară și fără griji, bogăția, fericirea, într-un cuvânt, paradisul

pierdut. Televizorul ne amăgeşte că suntem „cineva”, că nu suntem singuri, ci participăm la viața lumii, aflându-ne în mijlocul ei. Ne iluzionează că putem depăşi suferința sau moartea, trăind împreună cu eroii de pe micul ecran.

Impostura este însuşi modul sau rațiunea televiziunii de a fi, prin faptul că întreaga „realitate” televizuală nu este decât o imitație, un simulacru de lume, care mimează tot ceea ce Dumnezeu şi lumea reală îi pot oferi omului. Parcă nemulțumindu-se cu rolul de mim, lucrurile evoluează până într-acolo, încât se sugerează că lumea TV constituie însuşi originalul, iar de acum înainte viața reală trebuie să o aibă drept model, imitând-o.

În realitate, televiziunea nu dăruieşte nimic, nu rezolvă nici una dintre problemele spirituale ale omului contemporan, ci dimpotrivă. Iluzia împlinirii, a comunicării, a depăşirii morții şi a puterii se manifestă doar pe parcursul vizionării, precum se întâmplă şi în cazul consumului de droguri. Reîntoarcerea în lumea reală este însoțită nu numai de o revenire, ci chiar de o amplificare a crizei. Omul se simte mai singur, mai trist, mai slab, mai neputincios, lipsit de sens şi denutriționat, privat fiind de trăirea unei vieți autentice, cu toate necazurile şi bucuriile ei, şi a unei relații vii cu Dumnezeu. Televiziunea devine astfel, poate, cea mai mare păcăleală a vremurilor noastre.

Uriaşa capcană pe care aceasta o constituie pentru existența omului contemporan nu-şi epuizează aici potențialul vătămător. Deşi în urma vizionării criza existențială se accentuează, iar golul din suflet se măreşte, lucru care ar trebui să pună pe gânduri, să determine întreruperea consumului de programe TV, omul-telespectator găseşte tot mai puțin puterea întoarcerii către lumea reală, a dobândirii în interiorul acesteia a ceea ce sufletul său râvneşte. Vizionarea slăbeşte puterile sufleteşti: pasivizează, leneveşte voința, slăbeşte motivația, însingurează şi, în esență, îl îndepărtează tot mai mult pe om de Dumnezeu, de oameni şi de tot ceea ce ar presupune o viață normală. Astfel, cea mai comodă

soluție, chiar dacă temporar, o oferă tot televizorul. În el se închide cercul vicios pe care tot el l-a deschis.

Sensul ultim al televiziunii şi Internetului, prin însăşi natura sau legea lor de existență, nu pare a fi altul decât acela de a-l determina pe om să trăiască, tot mai mult, în lumea virtuală pe care ele o nasc. Lumea televizualului, precum o ființă autonomă, un copil eliberat de sub tutela părinților săi, dobândeşte viață de sine. Această ființă abia zămislită nu se poate dezvolta (cercetările postmoderne arată că realitatea virtuală se află abia în zorii existenței ei) decât prin lupta cu propriul părinte. Creşterea lumii virtuale nu se poate produce decât în măsura în care prezența omului în lumea reală se diminuează tot mai mult. Omul zilelor noastre, cu cât va petrece mai multe ore zilnic în interiorul lumii televizuale, cu atât va fi mai puțin prezent în cea reală[75].

Miliarde de oameni aşezați în fața televizorului sau a calculatorului o parte semnificativă din timpul fiecărei zile[76], trăind dincolo de ecran, în spațiul virtual definit de acestea, este un fapt care în mod probabil va avea profunde ecouri în existența umană şi în istoria lumii. Televiziunea şi Internetul, o plasă aruncată peste întreaga lume (Internet în engleză înseamnă „rețea" sau „plasă") se arată a deveni nu atât o importantă religie a întregii umanități, cât un alt mod de a fi al omului viitorului, într-o altă lume decât aceea reală. Să fie aceasta o nouă experiență spirituală, aşa cum sugerează autorii postmoderni sau new-age-işti? Producerea unor profunde transformări în conştiința umană se anticipează deja.

O altă consecință a substituirii vieții religioase cu vizionarea TV este dată de faptul că televizorul cultivă o percepție magică asupra lumii. Această falsă experiență religioasă lasă în timp o

---

75 Şi când va reveni în existența cotidiană, mintea telespectatorului tot în jurul experienței virtuale se va învârti, căci aceasta este întotdeauna cea mai intensă.

76 În Occident, media vizionării sau a prezenței pe calculator sau internet a ajuns deja la peste 6 ore zilnic.

urmă adâncă în mintea omului, alienându-i acele puteri sau facultăți de care depinde viața spirituală a omului religios, îndeosebi a creștinului. Omul-telespectator se obișnuiește cu o experiență facilă, în care inițiativa aparține complet celuilalt (aici televizorului), o experiență care pasivizează și captivează, dând, în același timp, în mod amăgitor, senzația unei implicări active și a eliberării. E, așadar, o experiență incitantă în care imaginile excită puternic simțurile și emoția, când telespectatorul trăiește intens un amalgam de sentimente de multe ori contradictorii, ca neîncrederea și siguranța, implicarea în suferința celor de pe micul ecran, dar și detașarea față de aceștia, teama și totodată intensa plăcere euforică. Suntem înăuntrul lumii televizualului, participăm prin identificare și empatie la viața tumultoasă, plină de pasiuni și, totodată, ne aflăm deasupra acestei lumi, o transcendem, menținându-ne intangibili, protejați prin însăși condiția noastră de telespectatori. Astfel oamenii devin tot mai puțin capabili să trăiască o experiență spirituală autentică, în care, pentru a putea trăi taina, trebuie efort, asceză, rugăciune, răbdare și liniște, condiții în care mintea să ajungă să sesizeze, dincolo de gesturile văzute ale ritualurilor, prezența delicată a lucrării dumnezeiești.

Experiența creștină este, prin excelență, una simbolică, și nu una imaginară. Nu imaginile domină preocuparea creștinului[77], ci Cuvântul Evangheliei sau al rugăciunii, simbolurile întâlnite în ritual și în natură. Chiar și atunci când apar imagini (icoanele, frescele bisericilor), acestea au tot o valoare de simbol, căci conduc mintea dincolo de ele, către lumea de sus. Televiziunea însă face mintea dependentă de imagini, de *acum* și de *aici*, de aparență, de formă exterioară sau de suprafață, inhibând în mod proporțional gândirea simbolică. Ceea ce caracterizează imagi-

---

77 În majoritatea religiilor, nu imaginea, ci cuvântul sau gândirea simbolică joacă rolul fundamental.

nile de la televizor este intensitatea cu care ele provoacă dorințele, chemând la acțiune, şi nu la adâncirea simbolică a lor.

Viața creştină necesită o temperare a simțurilor, şi nu o incitare a lor, pentru a putea fi eliberată mintea, cugetarea, de aceste influențe, în scopul adâncirii experienței spirituale. Simțurile excitate nu au ce căuta într-o experiență duhovnicească. Pântecele sau dorința împreunării trupeşti nu pot fi condiții ale unei trăiri religioase decât, poate, în tantrismul indian sau în cultele idolatre. De asemenea, ritualul, taina Bisericii nu violentează, nu provoacă, nu captivează producând o fascinație hipnotică, ci lasă omului toată libertatea de a le trăi şi adânci în măsura disponibilității sufleteşti. Relația cu Dumnezeu este o acțiune personală; ea cere timp, răbdare, linişte, lucruri pe care tehnologia video le subminează.

Învățați cu televiziunea, cu acest surogat de trăire religioasă, oamenii ajung să fie tot mai puțin atraşi de un autentic act religios, căci nu mai au puterea de a-l trăi. Plictiseala şi enervarea pot apărea atunci când lucrurile sunt prea lente, când atenția nu este captivată de o trăire mai intensă sau când lipseşte răbdarea şi mintea nu se poate deloc aduna şi linişti, pentru a asculta şi adânci cuvintele slujbei. Schimbările pe care experiența video le produce în mintea omului contemporan îl fac pe aceasta tot mai puțin capabil de a se împărtăşi de o viață duhovnicească autentică, concomitent însă – şi acesta este lucrul cel mai grav – se deschide minții un apetit deosebit pentru o experiență de tip magic. Dar despre acest lucru vom vorbi într-un alt capitol.

Care sunt, în mod schematic, câteva dintre cele mai importante consecințe ale substituirii adevăratei religii de către televiziune, pentru viața omului modern?

– Îndepărtarea omului de propria credință prin însuşirea unui mod de viață complet străin, chiar opus celui pe care îl promovează religia (ne referim în principal la creştinism).

– Satisfacerea în mod fals a setei de religios, de ritual, a nevoii de Dumnezeu, prin acest surogat de trăire religioasă pe care-l reprezintă vizionarea TV.

– Slăbirea puterilor şi a facultăţilor mentale cu ajutorul cărora omul este capabil să participe la un autentic act religios, cultivându-se totodată o minte sensibilă şi deschisă experienţei sau influenţei magicului.

În măsura în care modul de viaţă al telespectatorilor este modelat de televiziune, atunci, în mod proporţional, oamenii vor ajunge să gândească şi să se poarte altfel decât îi învaţă religia de care aparţin. Faptele, atitudinile fundamentale în faţa provocărilor lumii, orizontul de aşteptare şi înţelegere, mentalităţile sunt cele care exprimă cel mai bine credinţa unui om. După cum spune Mântuitorul, „pomul după roade se cunoaşte". Dacă aceste roade reflectă, în cazul telespectatorilor, într-o măsură tot mai mare, cultura promovată de televiziune, oamenii vor ajunge treptat să aparţină propriei religii numai în mod formal şi declarativ.

Camuflată în haina toleranţei, televiziunea nu ne spune să ne părăsim credinţa, dar ne sugerează cum trebuie să fim şi ce să facem în viaţă, determinându-ne astfel să ne îndepărtăm de propria credinţă, de care ne va mai lega doar numele.

De ce revrăjirea, şi nu vrăjirea lumii prin televizor

Termenul de „revrăjire", nu ne aparține. Acesta este cuvântul de ordine al mişcării New Age.

La începutul secolului al XX-lea, M. Weber afirma că, în mod esențial, raționalismul modern şi capitalismul conduc la o demitologizare, la o dezvrăjire a lumii (*Entzauberung der Welt*). Morris Berger sesizează reversibilitatea procesului în cartea sa *Wiederverzauberung der Welt (1983)* – Revrăjirea lumii. Acesta este, de fapt, scopul principal al mişcării New Age (în traducere Noua Epocă sau Noua Eră)[78]. Promotorii noii[79] ere propovăduiesc părăsirea paradigmei vechi, raționaliste a societății tehnologice pentru ca omenirea să se reîntoarcă la un mod religios de a fi. Nu însă la creştinism, ci la o viziune holistică, panteistă sau magică asupra existenței.

În cadrul programului de revrăjire a lumii, Gerd Gerken, unul dintre doctrinarii mişcării New Age, arată că în noua eră pe care o propovăduieşte această mişcare – aflată sub zodia vărsătorului – descoperirea imaginilor lăuntrice, pătrunderea în

---

78 Mişcarea New Age se dezvoltă şi se răspândeşte pe parcursul deceniului 7 al secolului al XX-lea. În anul 1979, publicația new-age-istă *Spiritual Comunity Guide* prezintă o listă cu peste zece mii de organizații şi filiale pe care această mişcare le deținea în SUA, Canada şi în alte câteva țări europene. Dincolo de propriile organizații, mişcarea înglobează în orizontul său mişcări orientale de tipul: meditația transcendentală, yoga, societăți de teosofie, şcoli de psihanaliză, mişcarea hippy, mişcări şi partide ecologiste, feministe. Mişcarea New Age pregăteşte şi propovăduieşte intrarea omenirii într-o *nouă eră* aflată sub semnul Vărsătorului. Ea afirmă că „era creştină din zodia peştilor, peştele fiind simbolul lui Hristos, nu a mântuit lumea, însă mântuirea este inevitabilă şi se va realiza în era de sub zodia Vărsătorului" în care, spun ei, vom intra în curând. În volumul următor, vom acorda mai mult spațiu fenomenului new age.

79 Prin new-age-işti sau promotorii noii ere vom înțelege atât pe cei care fac parte din mişcarea New Age, cât şi pe toți care subscriu obiectivelor şi ideologiei mişcării.

spațiul magic al lumii inconștientului se va realiza „nu de către câțiva harismatici și mistici, nu de către elemente mediale (n.n. mediumurile sau șamanii vremurilor noastre) ce practică magia și alte exerciții oculte, ci de către cvasitotalitatea societății mondiale actuale."[80]

Din textele adepților noii ere rezultă că mișcarea nu va renunța la știință sau la tehnologie, deși va lupta cu toată puterea împotriva obiectivității, a gândirii logice, a tot ceea ce înseamnă raționalitate și adevăr obiectiv. În mod oficial, mișcarea Noua Eră afirmă că în procesul de revrăjire a lumii rolul principal îi va reveni sintezei dintre știință și ezoterism. Prin folosirea unui limbaj sofisticat, a unei argumentări științifice, magia și tehnicile oculte vor fi aduse în atenția întregii lumi. Tehnologia, media audio-video în special vor deveni mijloacele predilecte ale magicienilor timpurilor noastre.[81]

În centrul transformărilor de conștiință pe care se bazează revrăjirea lumii se află așa-zisa imagine lăuntrică (gândirea de tip alfa), adică stările alterate de conștiință – stările hipnotice, halucinatorii, visul și ca experiență definitorie pentru omul modern televizionarea. New-age-iștii susțin că „prin cultura audio-video alături de lumea obiectelor senzorial sesizabile, societatea va dobândi posibilitatea de a trăi și exprima realități care nu sunt altceva decât colecții de idei-alfa (imaginile video

80 „Această descoperire va avea loc treptat și se va manifesta în afirmarea tot mai insistentă a rolului viziunii, imaginației, kinesteziei, a calităților pre-reflectoare, anteconceptuale ale spiritului, iar odată cu aceasta a rolului extraordinar al tehnicilor conștient-mitologice, conștient-metafizice, care mizează pe restabilirea funcționalității acum încă reprimate a emisferei cerebrale drepte. Opinia comunității oamenilor de știință, observă Gerken, e tot mai rar defavorabilă «parapsihologiei», domeniu pe care deloc nu-l mai califică drept «neo-superstiție», ci dimpotrivă, îl definește frecvent ca «tehnică a modelării lăuntrice a lumii exterioare»." (*Wurtz* 1992: 117)

81 „«Imprecizia» vechiului esoterism, arată Gerd Gerken, este înlăturată prin electronică. O învățătură, odinioară inițiatică, secretă, exclusivă devine acum general-acceptabilă datorită fundamentării ei prin comensurabilitate sofisticată. (...) Sinteza dintre esoteric și electronică este ultima teză a listei de elemente ale zorilor Noii Ere." (*Wurtz* 1992: 119)

sau fantasmele televizualului), colectiv acceptate, adică esențe imagistice. Formula viitorului este mimesis versus computer şi video, imaginea realității artefactice contra conținuturi de conştiință co-participative" (*Wurtz* 1992: 119).

Elementele programului de revrăjire a lumii susținut de mişcarea New Age prezentate mai sus ne indică limpede faptul că revrăjirea lumii prin intermediul televizionării este astăzi o realitate, chiar obiectivul recunoscut oficial de această mişcare sincretistă ce se afirmă tot mai insistent ca viitoarea religie a lumii.

Pentru a se înțelege care este sensul adevărat al afirmațiilor lui Weber, Berger şi ale doctrinarilor mişcării Noii Ere, trebuie făcute câteva precizări.

1. Dezvrăjirea, cu înțelesul pe care i-l atribuie autorii citați anterior, nu a existat niciodată. Mai curând este vorba despre un proces de descreştinare a societății.

Într-adevăr raționalismul cartezian, de la iluminism încoace, a jucat un rol principal în secularizarea lumii, în descreştinarea acesteia însă nu se poate vorbi despre o reală demitologizare, întrucât însăşi ştiința a devenit mitul fundamental al societății moderne. Evoluționismul sau materialismul sunt mai puțin concluzii ştiințifice, cât adevărate mitologii. Cei care le susțin cred în ele precum omul antic credea în idolii săi, cu diferența că materialistul găseşte în ştiință suportul argumentării propriei credințe. Semnificativ este faptul că mulți dintre marii atei ai iluminismului, oameni aşa-zişi ai rațiunii, se ocupau cu spiritismul sau cu alte practici teozofice şi oculte (*Encausse* 2002: 55-62), iar marii materialişti şi revoluționari comunişti ca Marx, Lenin etc. erau membrii unor grupări sataniste.

În concluzie, procesul pe care îl vizează Weber – secularizarea – nu este unul de demitologizare a lumii, ci, mai curând, de descreştinare a societăților unde creştinismul devenise credința majorității oamenilor şi religia oficială a statului. Secularizarea este un proces în care ştiința de popularizare şi raționalismul de-

vin mijloacele eliminării credinței creştine din viața societății, din gândirea şi modul de viață al omului modern.

Am spus ştiința de popularizare, deoarece adevărata ştiință nu are nimic potrivnic credinței creştine. Dimpotrivă, faptul că ştiința s-a dezvoltat cel mai mult în spațiul societății creştine este cea mai bună dovadă că gândirea creştină constituie un cadru prielnic cercetării ştiințifice. În istoria lumii moderne, cea mai mare parte a savanților au fost nişte oameni credincioşi. Ştiința nu este decât un instrument prin care mintea omului sondează tainele creației, şi reuşeşte să determine principiile şi legile care guvernează ordinea fizică a lumii.

Există o deosebire semnificativă între adevărata cercetare ştiințifică şi ştiința de popularizare. Cea din urmă selectează şi interpretează datele rezultate în urma cercetării ştiințifice sau chiar orientează cercetarea astfel încât să fie argumentată o anumită ideologie. În vederea atingerii obiectivelor, ştiința de popularizare poate ajunge până la contrafacerea rezultatelor cercetării ştiințifice şi chiar la promovarea unor teorii false susținute de o argumentare pseudoştiințifică.

Din păcate, în ultimele secole, principalul obiectiv al celor care au instrumentat ştiința de popularizare a fost acela de a submina credința creştină, de a-l îndepărta pe om de Dumnezeu. Cei care promovau ştiința popularizau ideea că ultimele descoperiri ştiințifice dovedesc că nu există Dumnezeu, ci doar materie şi evoluție (evoluționismul şi materialismul), că nu există suflet, ci numai psihic şi sistem nervos (freudismul, ştiințele psihicului în general).

2. Descreştinarea sau secularismul este el însuşi început al revrăjirii lumii.

Având în vedere că Dumnezeu există şi este Unul în Treime, că Adevărul este Hristos Fiul lui Dumnezeu care a venit în lume ca să-i mântuiască pe cei care stăteau în „întuneric şi în umbra morții", şi că învățătura şi viața cea adevărată este cea în Hristos,

atunci însuşi procesul de secularizare, de îndepărtare a omului de Dumnezeul Cel Adevărat nu este altceva decât un act de înşelare, de vrăjire, de iluzionare a omului cu ideea că lumea este doar materială, că omul nu este decât un animal evoluat şi, prin urmare, nu mai trebuie să dea socoteală pentru faptele sale, căci dincolo de moarte nu este nimic.

Ceea ce new-age-iştii numesc dezvrăjire a lumii, produsă în epoca raționalismului, este de fapt debutul procesului de descreştinare a societății, de reducere a omului la condiția de animal evoluat şi începutul procesului de revrăjire a lumii.

Lumea creştină n-ar fi acceptat reîntoarcerea la practicile magice, la idolatria păgânismului, dacă i s-ar fi cerut aceasta dintr-odată. Era greu de şters din memoria popoarelor creştine secolele în care conducătorii păgâni ai lumii şi preoții idolatri ai acestora prigoneau creştinismul, torturându-i şi omorându-i cu bestialitate pe cei care mărturiseau pe Hristos. Nu putea fi uitat sângele vărsat de martiri pentru apărarea credinței în fața ereziilor, a celor care încercau să o surpe din interiorul Bisericii. Lupta pe față a păgânismului împotriva creştinismului ar fi fost întâmpinată de o reacție puternică din partea popoarelor creştine, a Bisericii şi a conducerii acestora, şi nu ar fi avut eficacitatea dorită. Conştiința oamenilor era suficient de trează ca să înțeleagă că, acolo unde este idolatrie, este lucrarea diavolului. De aceea era nevoie de o fază intermediară – secularizarea – în care să fie smulşi mai întâi vlăstarii credinței creştine din inima oamenilor, unde mai apoi să fie aruncată, sădită neghina lucrării vrăşmaşului – vrăjirea – ascunsă în spatele unor practici magice şi idolatre susținute, de data aceasta, cu argumente „ştiințifice".

Şi totuşi, dacă dezvrăjirea, în sensul pe care i-l dau adepții noii ere, nu a existat, ci a fost vorba doar de o descreştinare a lumii, de ce mai rămâne valabil conceptul de revrăjire ca proces invers al dezvrăjirii?

Una din principalele metode de înşelare şi de ascundere a adevărului folosite în ultima vreme este aceea de a-l afirma,

schimbându-i însă înțelesul, conferindu-i o altă interpretare. New-age-iștii sau toți cei care lucrează pentru așa-zisa eră a vărsătorului sau pentru noua ordine mondială, se folosesc din plin de această metodă. Ei spun lucrurile pe față, doar că le dau o lectură falsă. Atunci când informația prin volumul ei nu mai poate fi controlată, când scade discernământul, oamenii nu mai pot surprinde adevărul în tot ceea ce li se spune, ci vor rămâne doar cu explicațiile date de cei care controlează mass-media.

Promotorii noii ere spun lucrurilor pe nume. Anunță că vor să revrăjească lumea, dar camuflează adevăratul sens al revrăjirii în spatele unui limbaj științific extrem de elaborat, din care omul simplu nu pricepe mai nimic, o ascund în spatele unui demers justificat istoric prin așa-zisa reacție la desacralizarea pe care ar fi produs-o raționalismul. Ei nu spun că, de fapt, dau o nouă turnură procesului de descreștinare a lumii, schimbând cu totul unghiul de atac. Ascund faptul că obiectivul principal, atât al secularizării, cât și al revrăjirii lumii este de a-L scoate pe Hristos din inima oamenilor și din viața societăților creștine. Ascultându-le argumentația, mulți vor vedea în New-Age un salvator al credinței, al dimensiunii religioase a existenței, un luptător împotriva secularismului sterp și a raționalismului, și astfel vor fi atrași să se alăture demersului lor, fie și numai printr-o solidaritate de opinie.

3. Adevărata dezvrăjire a lumii s-a realizat pe tot parcursul istoriei creștinismului, de la întemeierea Bisericii până în zilele noastre.

Termenul de revrăjire își menține valabilitatea, cu toate că nu în sensul pe care i-l dă New-Age-ul. Dezvrăjirea lumii a existat cu adevărat, chiar dacă nu a fost un proces finalizat în istorie. Dezvrăjirea lumii, căderea idolilor și însănătoșirea spirituală a oamenilor a început odată cu venirea în lume a Fiului lui Dumnezeu, cu învierea Sa din morți, cu biruința lui Hristos asupra diavolului. Creștinismul îl scoate pe om de sub robia idolatriei, a

iluziei, a păgânismului, ridică vălul magic de pe lume şi de pe ochii celor care-L primesc pe Hristos Lumina lumii. Întreaga istorie a Bisericii este un proces de dezvrăjire a lumii, de întoarcere a oamenilor la Dumnezeul Cel Adevărat.

Dezvrăjirea nu s-a realizat niciodată în mod complet, nici chiar în ţările creştine. Cu toate acestea, în acea parte a lumii unde a fost primit creştinismul, atât religia, cât şi cultura, legislaţia şi stăpânirea erau creştine. În zilele noastre, dimpotrivă, la nivel global uşor poate fi identificat un proces invers celui prin care a trecut lumea în ultimii 2000 de ani. Chiar şi în societăţile în care creştinismul s-a înrădăcinat cu putere în modul de viaţă al oamenilor, în lege şi în cultură, are loc întoarcerea la o legislaţie necreştină, la un mod de viaţă păgân, la practicile magice şi la credinţele idolatre. Termenul de revrăjire devine astfel perfect justificat, ca desemnând întoarcerea omenirii la închinarea idolatră de dinaintea venirii lui Hristos.

Deoarece ştiinţa este una din pârghiile principale ale procesului de revrăjire a lumii, trebuie remarcat următorul paradox: La început, sub acoperirea descoperirilor ştiinţifice, se formulau argumentele susţinerii inexistenţei lui Dumnezeu, a faptului că totul poartă amprenta materialităţii şi a obiectivităţii, pentru a se ajunge astăzi ca, prin aceeaşi ştiinţă şi prin copilul acesteia – tehnologia, să se susţină că realitatea nu are un caracter obiectiv, că viziunea şi capacităţile paranormale trebuie să predomine în procesul cunoaşterii. Ceea ce se păstrează neschimbat în cele două ipostaze ale ştiinţei de popularizare este caracterul anticreştin al demersului ideologic pe care îl promovează aceasta. Atât în perioada secularizării societăţii, cât şi în procesul de revrăjire ce are loc astăzi, ştiinţa de popularizare a fost folosită ca armă împotriva Bisericii şi a gândirii creştine.

***

Prin ideologia mediatizată, pe de o parte, şi prin tipul de conştiinţă modelată prin televizionare, pe de altă parte, televizi-

unea subminează învățătura și modul de viață creștin, cultivând, în schimb, magicul și păgânismul. Canalele de televiziune *National geografic, Discovery* și *Animal planet* axate pe programe informative cu caracter „științific", de fapt știință de popularizare, sunt cele care promovează evoluționismul – o teorie depășită din punct de vedere științific –, fenomenele paranormale și practicile oculte, credința în extratereștri, dar și cărți și idei anticreștine precum *Codul lui Da Vinci* și *Evanghelia după Iuda*. Ele se dovedesc a fi cele mai bune mijloace de propagandă ale ideologiei erei vărsătorului[82].

Prin televiziune, prin mass-media în general sau prin tehnologizarea și artificializarea ideologizantă a întregului mod de viață a omului modern, plasa iluziei, a magicului este aruncată peste întreaga lume. A ne menține în afara vârtejului în care încet încet este prinsă întreaga lume depinde numai de noi. Cunoașterea mijloacelor folosite de statul magic în vrăjirea lumii, păzirea minții de contaminarea cu virușii mediatici ce străbat spațiul de conștiință al lumii – mass-media – sunt pași absolut necesari pentru a ne smulge din torentul reprezentat de acest proces, pași pe care îi vom analiza în volumul viitor.

Principalul este însă hrănirea sufletului cu „hrana cea adevărată", umblarea pe calea strâmtă, dar înveselitoare pentru mintea și sufletul omului, și, în esență, o viață în Hristos, Fiul Dumnezeul Cel Adevărat. În volumul al IV-lea acestei cărți va fi abordată și această dimensiune a eliberării din sclavia televizualului în cadrul dialogului cu părinții din Sfântul Munte.

---

82 Vezi programul ideologic al mișcării New Age în H.J. Ruppert, *New Age – Endzeit oder Wendezeit*, Coprint, Wiesbaden, 1985, p. 12, (*Wurtz* 1992: 114-119)

Anexă

Arthur Berger împreună cu alţi cercetători ai mediei audio-video constată că actul dramatic constituie nota caracteristică a conţinutului programelor de televiziune. De la filmele artistice, emisiunile de divertisment şi până la emisiunile sportive şi programele de ştiri, aproape tot ce apare la televizor este îmbrăcat în haina dramaticului. Faptul are consecinţe deosebit de importante:

A) Tensiunea emoţională puternică întreţinută de actul dramatic inhibă într-o anumită măsură funcţiile de control ale cortexului prefrontal, afectând astfel analiza raţională a mesajului, atât discernământul, cât şi iniţiativa personală în participarea la procesul cunoaşterii.

B) Emoţiile puternice au o contribuţie esenţială la imprimarea cu putere a mesajului în structurile profunde ale subconştientului.

C) Magicienii consideră că producerea unor emoţii intense – voluptatea, plăcerea sau durerea – constituie una din condiţiile de bază ce trebuie îndeplinite pentru ca actul magic să fie încununat de succes.

D) Prin toate acestea, drama, ca un gen ce cultivă în mod prioritar emoţia, devine indispensabilă oricărui proces de manipulare de tip seductiv. Astfel, televiziunea prin dramatic nu face decât să-şi sporească forţa de seducţie şi de persuasiune, în fapt, controlul asupra conştiinţelor indivizilor.

Pentru a înţelege motivul pentru care televiziunea favorizează în mod deosebit genul dramatic, vom reda în continuare un fragment din cartea scrisă de Martin Esslin (*Esslin* 1982: 131), unul din autorii de referinţă în cercetările privind genul dramatic:

„Iată maniera în care un romancier ar prezenta un nou personaj în cartea sa: «Şi apoi o tânără femeie de o frumuseţe remarcabilă a intrat în cameră. Era înaltă, avea părul auriu, o faţă rotundă, ochi profunzi, albaştri, o gură neclintită deasupra bărbiei bine rotunjite şi energice. Ea purta o rochie de catifea de un albastru pal, croită elegant în stil puţin

învechit, cu ornamente de dantelă albă. Expresia feței ei era serioasă, nu s-ar zice melancolică, ba chiar uneori urma unui zâmbet răutăcios părea să plutească în jurul colțurilor gurii...» Şi aşa mai departe.

Ceea ce romancierul trebuie să comunice într-o perioadă de timp considerabilă prin acumularea unui număr de elemente narative distincte, regizorul poate transmite într-un singur moment, pur şi simplu introducând pe scenă o actriță cu înfățişarea şi vestimentația dorită. Pe când cititorul romanului trebuie să păstreze în minte fiecare element de informație, pe când celelalte sunt adăugate, rând pe rând, spre a construi imaginea completă, spectatorul unei reprezentări dramatice (teatrale) le primeşte ca o singură imagine şi cu un impact emoțional mult mai rapid. Informația transmisă prin metoda lineară, discursivă a romancierului trebuie să treacă prin conştiința cititorului înainte de a se putea plămădi ca imagine în mintea sa. Dimpotrivă, spectatorul unei realizări dramatice va primi imaginea în mod direct, deşi majoritatea componentelor impresiei vor rămâne sub nivelul de sesizare al conştiinței depline (n.t. subliminal).

***

„Romanul conține un element de linearitate şi abstract, în contrast cu ceea ce este spus pe scenă, unde totul prinde contur prin intermediul ființelor umane care sunt percepute, în primul rând, ca imagini şi, prin urmare ceea ce spun este numai o funcție secundară a acelor imagini. Elementul verbal, la nevoie, fie va întări, fie va contrazice mesajul principal al imaginii căreia îi este subordonat. Dacă, să spunem, Iago îl asigură pe Othello de afecțiunea sa, dar are o expresie de ură arzândă, mocnită în ochi, elementul verbal va fi în mod clar devalorizat. Ceea ce personajul face, şi nu ceea ce el spune, contează în dramă. În faimoasa scenă finală din *Aşteptându-l pe Godot* de Samuel Beckett, unul din cei doi bărbați epuizați spune: «Hai să mergem», dar punerea în scenă şi acțiunea celor două personaje sugerează că ei nu se vor mişca. În fiecare caz importanța elementului vizual, de situație, concret – imaginea, predomină neîndoielnic asupra conținutului abstract al elementului verbal.

Drama se referă la oameni aflați în interacțiune socială: interesul esențial al spectatorului dramei este atașat de personalitățile implicate, de aspectul și caracterul lor, de influențele asupra celorlalți. Elementul lingvistic care are legătură cu transmiterea ideilor abstracte poate adesea coborî foarte jos pe scara noastră de interes, în urma gesticii și a mișcării, după costume, chiar și după impactul produs de decor.

În dramă, la fiecare moment dat, spectatorul primește un complex de informații care generează o impresie generală, o imagine cu un impact emoțional, ce consistă din numeroase elemente care vor rămâne în spatele pragului de conștiință, dar vor fi întotdeauna focalizate asupra unei personalități umane, a unui personaj. Strălucirea luminii soarelui, clădirile dragi din piațetă, ritmul vioi al muzicii de fundal, culorile vii ale costumului pe care îl poartă actorul, iuțimea pașilor lui, toate contribuie la impresia spectatorului că tânărul îndrăgostit pe care îl vede în fața sa este fericit în cel mai înalt grad, însă doar o minoritate a publicului va fi conștientă de multitudinea elementelor informaționale care împreună vin spre a produce această impresie. Drama este întotdeauna acțiune; acțiunea ei este mereu cea a ființelor umane. În dramă, noi experimentăm lumea prin personalitatea personajelor.

***

Reprezentația, fie life (teatrul), fie înregistrată mecanic (filmul), poartă un pachet mai bogat și mai complex de sisteme producătoare de semnificații (înțelesuri) decât o va face cuvântul scris. Acest pachet dramatic multistratificat va produce un impact emoțional ale cărui elemente rămân în mare parte subliminale. Și conținutul abstract, pur intelectual al lucrării dramatice reprezentate, va tinde să fie subordonat impactului ei emoțional, care este în principal efectul interacțiunii dintre personaje și personalitățile umane. «Într-o reprezentație dramatică, pe scenă, la televiziune sau pe ecranul cinematografic numărul de sisteme de semne (gesturi) implicate este enorm. Nu doar înfățișarea feței și a corpului actorului transmite o sumă imensă de informații, dar și gesturile și mișcările sunt, de asemenea, semne într-un sistem complex al limbajului trupului. Costumele formează un alt sistem de semne

complet, acela al vestimentației și a semnificațiilor ei. La asta se adaugă «sistemul de semne» vizuale, ale decorului: mobilarea unei camere sau arhitectura unei clădiri. Există, de asemenea, un sistem de semne în orchestrarea modului în care cade lumina și a fundalului muzical care stă la baza majorității filmelor și a spectacolelor de televiziune. Un alt sistem de semne atât în cinematografie, cât și în televiziune este variația planurilor și montajul lor: juxtapunerea planurilor îndepărtate cu prim-planurile și tăierea dintr-o scenă sau trecerea fulgerătoare la o alta. Este imposibil a trasa fiecare dintre aceste sisteme de semne într-o ordine stabil menținută pe o scară de priorități, dar un fapt ar trebui să fie evident: în dramă imaginea complexă, multistratificată domină cuvântul vorbit.

***

Ca și scena de teatru și ecranul de cinema, televiziunea «face negoț» în primul rând cu imaginile. Iar aceasta se întâmplă nu numai în transmisiunile de programe dramatice, ci în întreaga televiziune. Este aproape imposibil să se transmită un text la televizor, dacă nu este arătat ca o titrare tăcută. Din momentul în care un anunț este citit de către un crainic în fața camerei de luat vederi, o multitudine de sisteme sunt dezlănțuite. Intenția poate fi doar de a ne face să aflăm că „astăzi este miercuri 23 mai", dar noi suntem informați de asemenea că aceste cuvinte sunt spuse de un bărbat chipeș, fotogenic, ce are în jur de 35 de ani, cu mustață blondă, că studioul în care se află el are o fereastră cu vedere înspre centrul Manhattan-ului, că bărbatul tânăr poartă o cravată cu dungi albastre, că are o verighetă pe mâna stângă și un neg pe obrazul drept. Aflăm conținutul informațional al unui rând din textul citit, dar în același timp un potop de date este slobozit, despre el și despre ceea ce-l înconjoară. Chiar dacă o intenționează sau nu, crainicul a devenit un personaj într-un original sens dramatic. (...)

Încărcătura emoțională care declanșează răspunsul nostru, în acest caz, poate fi liniștită (moderată) sau chiar subconștientă. Dar, cu bătaie lungă, atitudinea noastră față de el sau față de unul dintre crainicii altor posturi poate determina alegerea unui canal sau altuia când urmărim știrile. (...)

Aici stă sursa poftei umane insațiabile pentru povestiri: întreaga ficțiune este, în ultimă instanță, bârfă. Televiziunea, cu nesfârşitul ei şuvoi de personaje transmis în mod dramatic (fie fictiv, fie „real") este cel mai bun transmițător mecanizat al acestei bârfe. Fiind mai degrabă dramatică decât discursivă, în natura ei, televiziunea satisface această poftă într-o manieră de o eficacitate unică; ea nu doar ne repetă povestiri (pățanii) despre alți oameni, ea în fapt îi transportă pe acei alți oameni în sufrageria noastră.

Atracția de a bârfi, flecări, desigur, conține la rădăcina ei unul dintre cele mai puternice impulsuri umane. Interesul nostru față de ceilalți oameni conține adesea, ca un lucru necesar, un pronunțat element erotic. Aceasta constituie una din caracteristicile de bază ale dramei şi magnetismul său: faptul că drama este fundamental erotică. Actorii procură spectatorilor care îi privesc foarte multă plăcere prin simplul fapt de a fi interesanți, memorabili sau specimene frumoase fizic ale umanității. Dincolo de talentul lor artistic şi intelectual, actorii sunt oameni care, pentru bani, îşi expun prezența fizică publicului. Cu toții ştim că marile staruri îşi datorează magnetismul lor special din puterea de atracție sexuală (sex appeal), dar ceea ce se aplică marilor staruri contribuie, de asemenea, şi la atractivitatea şi succesul celor mai puțin strălucite personaje ale micului ecran. Într-un anume, sens toți actorii sunt exhibiționişti: ei se bucură prin faptul că sunt văzuți, că sunt găsiți atrăgători şi vrednici de a fi priviți. Extrapolând, publicul spectator de teatru e de asemenea un voyeur[83].

Deşi acest fapt e valabil în toată drama, este în mod special adevărat în televiziune. Televizorul este cel mai voyeuristic dintre toate mijloacele de comunicare, nu doar pentru că furnizează mai mult material într-un curent nesfârşit de imagini şi într-o formă universal accesibilă întregii populații, ci şi pentru că de asemenea este cel mai in-

83 Voayerul este persoana care urmăreşte să privească, fără a fi văzută, la o scenă intimă, erotică. În cartea sa Crucea vizibilului, Jean Luc Marion arată: „Voayerul vede numai pentru plăcerea de a vedea (...) de a vedea totul şi mai ales ceea ce nu am dreptul sau puterea de a vedea (...), de a stăpâni prin vedere ceea ce nu-mi aparține, fără a mă expune privirii celuilalt." (*Marion* 2000: 84).

tim dintre mijloacele dramatice. La teatru, actorii sunt relativ separați de spectatori, iar pretextul dramatic este public. La cinema, de asemenea, avem un pretext de a aduna un public numeros într-o singură cameră, actorii sunt mai aproape de spectatori decât la teatru, dar, în prim-planuri ei sunt mai mari decât în realitate. TV este văzut la o distanță (rază vizuală) mică și într-un context mult mai privat. Prim-planul actorului de televiziune este pe o scară care aproximează contactul direct uman. (...)

Puterea de atracție a televizorului este, la nivelul cel mai profund, una cu un caracter erotic. TV aduce alte ființe umane într-o proximitate intimă pentru o inspectare detaliată. Oamenii pe care îi vedem în prim-plan pe ecranul televizorului ne apar tot atât de apropiați precum partenerii noștri (sexuali) în timpul unei îmbrățișări.

***

Și totuși, ei sunt zăriți în spatele unui ecran de sticlă, printr-o fereastră ce nu poate fi deschisă. Ecranul televizorului este o scenă, un cadru pentru dispunerea de imagini, dar, deși atât de apropiată, lumea pe care el ne-o aduce este, de asemenea, dincolo de atingerea noastră, o lume de fantome inaccesibile. Lumea pe care ne-o arată pe scena lui, în spatele acelei ferestre prin care noi vedem, dar nu putem apuca sau atinge, este esențialmente o lume a fanteziei.

Astfel televizorul este strâns înrudit cu visarea (reveria). Trăsătura esențială a reveriilor e aceea de a fi în afara controlului conștient. Șarmul lor constă cu siguranță în imaginile spontane pe care le bliț-ează în fața ochilor minții noastre, cărora noi ne predăm în mod pasiv și cu plăcere. Imaginile TV sunt recepționate în același mod. Hollywoodul și-a câștigat, datorită industriei de film, eticheta de „fabrică de vise", din primii ani de producție de divertisment de masă; într-un mod similar, industria TV a creat un produs care poate fi numit „mașina visării" căci televizorul aduce un proces neîntrerupt de visare colectivă, de fantezii colective în casele noastre. Aceasta este caracteristica esențială a televiziunii care justifică valoarea distincției dintre real și ficțiune, între lumea reală, concretă și fantezia micului ecran.

Reveriile noastre sunt şi ele legate de lumea reală; prin intermediul lor, putem ajunge chiar să luăm decizii importante, să dezvoltăm planuri, să născocim strategii pentru un comportament viitor. Reveriile rămân totuşi fantezii, ele sunt experimentate mai degrabă ca intuiții cărora noi ne predăm în mod pasiv, decât ca procese de gândire directă, inductivă, în chip conştient. Chiar şi cele mai «reale» trăsături ale televiziunii, cum sunt ştirile, conțin elementul de fantezie şi, mai mult, de fantezie erotică. Există puterea de atracție, seducția prezentatorului sau prezentatoarei şi a reporterilor, atracția personalităților politice şi a altor subiecți ai transmisiunilor de ştiri – ostatici, regine ale frumuseții, criminali şi victime ale crimelor. Şi există senzaționalismul, chiar sado-masochista forță de atracție a scenelor de violență, de război şi dezastru care alcătuiesc o parte atât de semnificativă a materialelor prezentate la ştirile TV: demonstranții fiind bătuți de poliție; prizonierii fiind executați în război sau revoluție; rămăşițele arzând înăbuşit în urma unui accident aviatic. Neîndoielnic, elementul de „realitate" conținut în ştiri este astfel, prin transmiterea la televiziune, automat transmutat în substanța fanteziei şi a reveriei – drama – într-o povestire spusă în imagini încărcate cu nuanțe emoționale şi uneori dificil de distins de realitate. Toată drama depinde de acea suspendare a îndoielii (lipsa de încredere), care ne va face pentru scurt timp să acceptăm personajele pe care le vedem pe scenă ca ființe umane reale, astfel încât noi să ne putem identifica cu ele spre a experimenta bucuriile şi durerile lor, întreaga gamă a emoțiilor acestora. Televiziunea prelungeşte suspendarea lipsei de încredere. Am putea crede, pentru o durată de trei ore, că Hamlet este o persoană reală, iar apoi suntem lăsați să reflectăm asupra caracterului său cu detaşare şi înțelegere critică. Personajul din film ne însoțeşte aproape zilnic pentru o perioadă ce poate dura ani şi ne devine atât de familiar, încât reflecția detaşată este inhibată sau dispare cu totul. Neîncrederea, (*disbelief*), poate astfel deveni suspendată permanent." (*Esslin* 1982: 95)

Bibliografie selectivă

American Psychiatric Association, *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders,* 4th edition, Washington, 1994.

Anderson, D. şi P. Collins, *The Impact on Children's Education: Television's Influence on Cognitive Developement,* Office of Educational Research and Improvement, Department of Education, 1988.

Barkley, R., „What is the Role of Parent Group Training in the Treatment of ADD Children?", în *Journal of Children in Contemporary Society* 19 (1,2), 1986.

Baudriard, Jean, *Strategii fatale,* Polirom, 1998.

Berger, Arthur Asa, *Narratives in Popular Culture, Media and Everyday Life,* Thousand Oaks: Sage Publications, Sage London, 1997.

Berger, Arthur Asa, *Television as an Instrument of Terror. Essays on Media, Popular Culture and Everyday Life,* Transaction Books, New Brunswick, 1980.

Berger, Arthur Asa, *Media USA: Process and Effect*, Longman, New York, 1991.

Brune, François, *Fericirea ca obligație,* Editura Trei, Bucureşti, 1993.

Buzzell, Keith, *The Children of Cyclops: The Influence of Television Viewing on the Developing Human Brain,* California: AWSNA, 1998.

Centerwell, B. S., „Television and Violence: The Scale of the Problem and where to go from here", în *Journal of the American Association*, 267 (22).

Claude Bonnange şi Chantal Thomas, *Don Juan sau Pavlov, Eseu despre comunicarea publicitară,* Ed. Trei, 1999.

Comstock & Paik, *Television and the American Child,* Academic Press, 1991.

Constantinescu, Mihaela, *Post/postmodernismul: Cultura divertismentului*, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2001.

Cuilenburg, J.J., *Ştiinţa comunicării*, Ed. Humanitas, Bucureşti, 1998.

Culianu, Ioan Petru, *Eros şi magie în Renaştere 1484*, Nemira, Bucureşti, 1999.

Culianu, Ioan Petru, *Gnozele dualiste ale Occidentului*, Nemira, Bucureşti, 1995.

Culianu, Ioan Petru, *Religie şi putere*, Nemira, 1996.

Culianu, Ioan Petru, Călătorii în lumea de dincolo, Polirom, Iaşi, 2002.

Daley, E. A., *Father Feelings*, New York, 1978.

DeFleur, Melvin L., Sandra Ball-Rokeach, *Teorii ale comunicării de masă*, Polirom, Iaşi, 1999.

Diamond, M., *Enrichting Heredity*, Free Press, New York, 1988.

Dobrescu, Paul şi Alina Bârgăoanu, *Mass-media şi societatea*, Editura SNSPA – Facultatea de Comunicare şi Relaţii Publice, Bucureşti, 2001.

Drăgan, Ioan, *Paradigme ale comunicării de masă comunicării de masă*, Casa de Editură şi Presă Şansa, Bucureşti, 1996.

Durand Gilbert, *Aventurile imaginii*, Nemira, Bucureşti, 1999.

Durand, Gilbert, *Structurile antropologice ale imaginarului*, Univers Enciclopedic, Bucureşti, 2000.

„Effects of Television on Methabolic Rate: Potential Implications for Childhood Obesity", în *Pediatrics*, 1993, feb. 91(2).

Eliade, Mircea, *Sacrul şi profanul*, Humanitas, Bucureşti, 1992.

Emery, Fred and Merrelyn, *A Choice of Futures – To Enlighten or Inform*, Centre for Continuing Education, Australian National University, 1975.

Emery, Merrelyn, *The Social and Neurophysiological Effects of Television and Their Implications for Marketing Practice*. Doctoral dissertation. Australian National University, Canberra, 1985.

Esslin, Martin, *Age of television*, W H Freeman & Co, 1982.

Everett, Miles, *How Television Poisons Children's Minds,* Miles Publishing, California, 1997.

Gheorghe, Virgiliu, *Efectele televiziunii asupra minții umane,* Prodromos, Bucureşti, 2006.

Goethals, Gregor T., *TV Ritual: Worship at the Video Altar,* Beacon Pr, 1982.

Guinness, D. Mc., *When Children Don't Learn,* Basic Books, 1985.

Harrison, *Principiile Medicinei Interne,* ediția a XIV-a, Ed. Teora, 2001–2003.

Healy, Jane M., *Endangered Minds,* Touchstone, New York, 1990.

Holdevici, Irina, *Sugestiologie şi psihoterapie sugestivă,* Ed. Victor, Bucureşti, 1995.

Huxley, Aldous, *Minunata lume nouă,* Univers, Bucureşti.

Kean, John, *Mass-media şi modernitatea,* Polirom, Iaşi, 2000.

Kelner, Douglas, *Cultura Media*, Institutul european, Iaşi, 2001.

Krugman, Herbert E., „Brain Wave Measures of Media Involvement", în *Journal of Advertising Reasearch* 11.1 (1971): 3-9.

Krugman, Herbert E., *Electroencephalographic Aspects of Low Involvement: Implications for the McLuhan Hypothesis,* American Association for Public Opinion Research, New York, 1970.

Krugman, Herbert E., „Memory Without Recall, Exposure Without Perception", în *Journal of Advertising Research* 17.4 (1977): 7-12.

Kubey, R.W. şi M. Csikszentmihalyi, *Television and the Quality of Life: How Viewing Shapes Everyday Experience,* Hillsdale, 1990.

Kubey, R., *Tuning in to Young Viewers: Social Perspectives on Television,* Sage, 1996.

Large, Martin, *Out of the Box,* http://www.allianceforchildhood. org.uk/Brussels 2000/Large.htm.

Large, Martin, *Who's Bringing Them Up? How to Break the TV Habit,* England: Hawthorn Press, 1997.

Larchet, J.C., *Terapeutica bolilor spirituale,* Editura Sofia, Bucureşti, 2001.

Lasch, Christopher, *The Culture of Narcissism*, W. W. Norton & Company, London, 1992.

Levinson, H.N., *A Scientific Watergate,* Dyslexia Stonebridge Publishing Ltd, Lake Success, New York, 1994.

Lull, James, *Mass-media, comunicare culturală,* 1999.

Luria, Alexander Romanovich, *Language and Cognition,* John Wiley and Sons, New York, 1981.

Mander, Jerry, *Four Arguments for the Elimination of Television,* Quill, New York 1978.

Marion, Jean Luc, *Crucea vizibilului – Tablou, televiziune, icoană – o privire fenomenologică,* Deisis, Sibiu, 2000.

Maxim Mărturisitorul, *Filocalia II,* Harisma, 1993.

Maxim Mărturisitorul, *Filocalia IV,* Harisma, 1994.

McLuhan, Marshall, *Mass-media sau mediul invizibil,* Nemira, Bucureşti, 1997.

Moody, K., *Growing up on Television,* Times Books, New York, 1980.

Moore, Thomas, *The Re-Enchantment of Everyday Life Hodder,* London 1996.

Moore, Wes, *Televiziunea: Opiul popoarelor,* The Journal of Cognitive Liberties, Vol. 2, 2001.

Moscovici, Serge, *L'age des foules,* Paris, Fayard, 1981.

Mulholland, Thomas, Erik Peper, *Occipital Alpha and Accomodative Vergence, Pursuit Tracking, and Fast Eye Movements,* Psychophysiology, 1971.

Namer, Gerard, *Les communications de masse. Guide alphabetique, sur la direction de Jean Cazeneuve,* Ed. Denoel/Gonthier, Paris, 1976.

Nietzche, F., *Aşa grăit-a Zarathustra*, Humanitas, Bucureşti, 1996.

Postman, Neil, *Amusing Ourselves to Death*, Penguin Books, New York, 1986.

Ramonet, Ignaçio, *Tirania comunicării*, Doina, Bucureşti, 2000.

Rice, M., P. Haight, *Motherese of Mr. Rogers: A description of the dialogue of educational television programs*, Journal of Speech and Hearing Disorders, nr. 51, 1986.

Rhingold, Howard, Virtual Reality, Summit Books, New York, 1991.

Roco, Mihaela, *Creativitate şi inteligenţă emoţională*, Polirom, Iaşi, 2001.

Rose, Eugen (Pr. Serafim), *Nihilismul – o filosofie luciferică*, Editura Egumeniţa, Galaţi, 2004.

Sandy MacGregor Calm Research Centre, *Our Subconscious Mind is to Key*, http://www.calm.com.au/pages/02sales.shtml.

Pearce, Joseph Chilton, *Evolution's End: Claiming the Potential of Our Intelligence*, California: Harper San Francisco, 1992.

Poplawski, Thomas. *Losing Our Senses*, Renewal: A Journal for Waldorf Education, Vol. 7, No. 2, Fall 1998.

Scheidler, Thomas. *Television, Video Games and the LD Child*, Pamphlet: Greenwood Institute,1995.

Singer, Dorothy. *Caution: Television May Be Hazardous to a Child's Mental Health*, Developmental and Behavioral Pediatrics, Vol. 10, No. 5, October 1989.

Sartori, Giovani, *Homo Videns*, Humanitas, Bucureşti, 2005.

Sechehaye, M. A., *Journal d'une schizophrene*, P.U.F., Paris 1950.

Setzer, Valdemar W., *Media prin mijloace electronice şi educaţia, o viziune alternativă*, Editura Escrituras, Sao Paulo, 2001.

Setzer, Valdemar W., http://www.ime.usp.br/~vwsetzer.

Simisi, Pavlu, *Synandisi psyhiatrikis kai pistis*, Ed. Lidia, Tessalonic, 2002.

Shlain, Leonard, *The Alphabet Versus the Goddess: The Conflict Between Word and Image,* Penguin, New York, 1999.

Soesman, A., *The Twelve Senses,* Hawthorn Press, Stroud 1996.

Springer, S.şi G. Deutch, *Left Brain, Right Brain,* New York, V. H. Freeman, 1985.

Stamatoiu, Ioan C-tin, *Sindroame psihopatologice,* Ed. Militară, Bucureşti, 1992.

Stăniloae, Dumitru, *Spiritualitate şi comuniune în liturghia ortodoxă,* Edit. Mitropoliei Olteniei.

Stăniloae, Dumitru, *Spiritualitatea ortodoxă, Ascetica şi Mistica,* Institutul Biblic de Misiune al Bisericii Ortodoxe Române, Bucureşti, 1992.

Steiner, J., *The People look at Television,* New York, 1963.

Strasburger, Victor C., *Adolescent and the media,* Sage Publications, 1995.

Thompson, John B., *Media şi modernitatea – o teorie socială a mass-media,* Antet, Bucureşti, 2000.

Tudor, Dana, *Manipularea opiniei publice în conflicte armate,* Dacia, Cluj, 2001.

Valkenburg, P. M. şi T. H. Voort, *„Influence of TV on Daydreaming and Creative Imagination: a Review of Research",* în *Psychol Bull,* sep., 116(2), 1994.

Velasco, J. Martin, *Introducere în fenomenologia religiei,* Polirom, Iaşi, 1997.

Zillmann, D., J. Bryant & A. C. Huston, *Media, Children, and the Family: Social, Scientific, Psychodynamic and Clinical Perspectives,* Hillsdale, 1994.

Zingrone, Frank, *Chaos and the Meaning of Electric Culture,* http://www.chass.utoronto.ca/mcluhan-studies/v1_iss3/1_3art3.htm

Williams, T. M. în J. L. Wheeler, *Remote Controlled: How TV Affects you and your Family,* Review and Herald Publishing Association, Hagerstown, 1993.

Williams, T. M., *The Impact of Television: A Natural Experiment in Three Communities*, New York, 1986.

Winick, C., *The Function of Television: Life Without Big Box*, Newbury Park, 1988.

Winn, Maria, *Τηλεόραση ένας ξένος στο σπίτι*, Atena, 1996.

Wurtz, Bruno, *New Age Paradigma Holistă sau Revrăjirea Vărsătorului*, Editura de Vest, Timişoara, 1992.

Wunenburger, Jean Jacques *Filozofia imaginilor*, Editura Polirom, Iaşi, 2004.

Ziauddin Sardar şi Borin Van Loon, *Câte ceva despre Mass-media*, Curtea Veche, Bucureşti, 2001.

Cuprins